

ROMAGNA AUTENTICA RASSEGNA STAMPA 2024





Rassegna stampa lancio agosto 2024



ADNKRONOS

28 Agosto 2024

ADN 7 ECO 0 DNA ETU RER NAZ

Turismo: progetto 'Romagna Autentica' entra nel vivo nella promozione di 8 vallate. Si chiama 'Romagna autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie le otto vallate che solcano territori del Faentino, del Forlivese e del Cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l'Appennino. Il progetto punta a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni.

Per guidare i turisti dentro a questa sorprendente terra, alle sue bellezze ambientali, ai sapori della tradizione, alle sue rocche e alle vestigia del passato, si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle Dmc, i percorsi del Savio e l'Imola e Faenza e degli operatori dell'intera filiera.

Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna. Il progetto si struttura su due direttrici principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all'operatore specializzato, anche dell'intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero.

(segue)

Turismo: progetto 'Romagna Autentica' entra nel vivo nella promozione di 8 vallate (2). È così che il racconto delle esperienze - soprattutto quelle più autentiche che suscitano emozioni nei turisti, quelle uniche, quelle che generano empatia, curiosità, gioia, quelle più vicine ai canoni dello stile di vita sano, alla ricerca del km 0 e della filiera corta, quelle relative a tradizioni e nello stesso tempo a innovazioni - è oggetto di un piano di promozione che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di promo-commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al turismo, già nella prossima stagione autunnale.

È appena partita una campagna multisoggetto che comprende advertising su quotidiani nazionali e testate locali dell'Emilia-Romagna, della Lombardia e del Triveneto, tutte aree di riferimento di un turismo di prossimità che può essere interessato a visitare il territorio romagnolo.

Contemporaneamente, vanno in onda slot di passaggi radiofonici su Radio Rai (Rai 1, Rai 2, Rai Isoradio) mentre sul web ci si è affidati ai più importanti circuiti di informazione. E visto che la Romagna è già un formidabile bacino turistico, si è guardato anche alla comunicazione sul territorio durante questa stagione estiva, con l'allestimento di pensiline dedicato a 'Romagna Autentica' in aree strategiche ed elevato passaggio, come le stazioni ferroviarie o autostazioni o centri di aggregazione e la brandizzazione di autobus nei bacini di Cesena, Forlì, Ravenna. In autunno la promozione, programmata on line e off line, si allargherà alla Germania, con il

coinvolgimento di importanti media tedeschi on e off line, da Sueddeutsche Zeitung a SpiegelOn line, da Bunte a Business Inside. Contestualmente, tra settembre e ottobre, il progetto verrà presentato in alcuni appuntamenti fieristici dedicati alle strategie turistiche.

(segue)

Turismo: progetto 'Romagna Autentica' entra nel vivo nella promozione di 8 vallate (3)
In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa 160 operatori turistici, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzarne la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli strumenti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del progetto 'Romagna autentica', con l'obiettivo di mettere in rete le esperienze turistiche presenti nei 25 Comuni del Gal, valorizzare le proposte degli operatori secondo un format condiviso e rispondere così a un modello coerente con i diversi fil rouge promossi da Visit Romagna.

A 'Romagna Autentica' è dedicata una sezione focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike. Luoghi di autentica magia, proposti, anche attraverso un attrattivo corredo iconografico, alla curiosità del turista. Al racconto di tutte le otto vallate della 'Romagna Autentica' sono altresì dedicate specifiche pagine tra cui navigare, alla scoperta delle bellezze naturali, degli eventi che le animano, delle esperienze che offrono, di suggestivi itinerari valorizzati per la vacanza attiva. La piattaforma, oggi ricca di oltre 100 proposte, viene aggiornata continuamente sia per quanto riguarda le esperienze sia per gli eventi, che stagionalmente si susseguono.

Il progetto di Promozione integrata del territorio e marketing territoriale nell'area del Gal 'L'altra Romagna' (finanziato con risorse del Fondo per lo sviluppo rurale della Regione Emilia- Romagna) ha visto affiancarsi allo storico Gruppo di azione locale attivo da un trentennio, Visit Romagna, brand di 'Destinazione turistica Romagna' attraverso uno specifico accordo di collaborazione, per potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal 'L'altra Romagna', in rappresentanza di 25 Comuni.

(Tri/Labitalia)

ISSN 2465 - 1222

28-08-2024 19:03

Al via un progetto di marketing territoriale per valorizzare i borghi del Faentino, Forlivese e Cesenate

di Redazione - 28 Agosto 2024 - 16:43 Si chiama 'Romagna autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, 'certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere' come spiegano gli ideatori. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie le otto vallate che solcano territori del Faentino, del Forlivese e del Cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l'Appennino. Il progetto punta 'a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni'. La Romagna autentica, dentro 'Per guidare i turisti dentro a questa sorprendente terra - continuano dall'organizzazione -, alle sue bellezze ambientali, ai sapori della tradizione, alle sue rocche e alle vestigia del passato, si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle DMC I percorsi del Savio e If-Imola e Faenza e degli operatori dell'intera filiera. Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna'. Il progetto si struttura su due direttrici principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all'operatore specializzato, anche dell'intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero. 'È così che il racconto delle esperienze - soprattutto quelle più autentiche che suscitano emozioni nei turisti, quelle uniche, quelle che generano empatia, curiosità, gioia, quelle più vicine ai canoni dello stile di vita sano, alla ricerca del km 0 e della filiera corta, quelle relative a tradizioni e nello stesso tempo a innovazioni - è oggetto di un piano di promozione che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di promo-commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al turismo, già nella prossima stagione autunnale'. Incontri sul territorio, un percorso partecipato In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa 160 operatori turistici, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzarne la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli strumenti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del progetto 'Romagna autentica', con l'obiettivo 'di mettere in rete le esperienze turistiche presenti nei 25 Comuni del Gal, valorizzare le proposte degli operatori secondo un format condiviso e rispondere così a un modello coerente con i diversi fil rouge promossi da Visit Romagna'. Romagna Autentica sul web www.romagnautentica.it A Romagna Autentica è dedicata una sezione - focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike. Luoghi di autentica magia, proposti, anche attraverso un attrattivo corredo iconografico, alla curiosità del turista. Al racconto di tutte le otto vallate della Romagna Autentica sono altresì dedicate specifiche pagine tra cui navigare, alla scoperta delle bellezze naturali, degli eventi che le animano, delle esperienze che offrono, di suggestivi itinerari valorizzati per la vacanza attiva. 'La piattaforma, oggi ricca di oltre 100 proposte, viene aggiornata continuamente sia per quanto riguarda le esperienze sia per gli eventi, che stagionalmente si susseguono' continuano dall'organizzazione. Il Progetto di valorizzazione Il progetto di Promozione integrata del territorio e marketing territoriale nell'area del Gal 'L'altra Romagna' (finanziato con risorse del Fondo per lo sviluppo rurale della Regione Emilia-Romagna) ha visto affiancarsi allo storico Gruppo di azione locale attivo da un trentennio, Visit Romagna, brand di 'Destinazione turistica Romagna' attraverso uno specifico accordo di collaborazione, 'per potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal 'L'altra Romagna', in rappresentanza di 25 Comuni'.



VALLE SAVIO



IL PROGETTO DI MARKETING TERRITORIALE

“Romagna autentica” per raccontare le vallate “da dentro”

Promosso da Gal Altra Romagna e Visit Romagna mappa esperienze, eventi, servizi e strutture

VALLE SAVIO

Si chiama “Romagna autentica” e ha l’obiettivo di far conoscere “dal di dentro” quel territorio alle spalle della Riviera, meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da l’Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie le otto vallate che solcano territori del faentino, del forlivese e del cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l’Appennino. Il progetto punta a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell’invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni.

La mappatura

Per guidare i turisti si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture

con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle dmc I percorsi del Savio e If-Imola e Faenza e degli operatori dell’intera filiera. Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna.

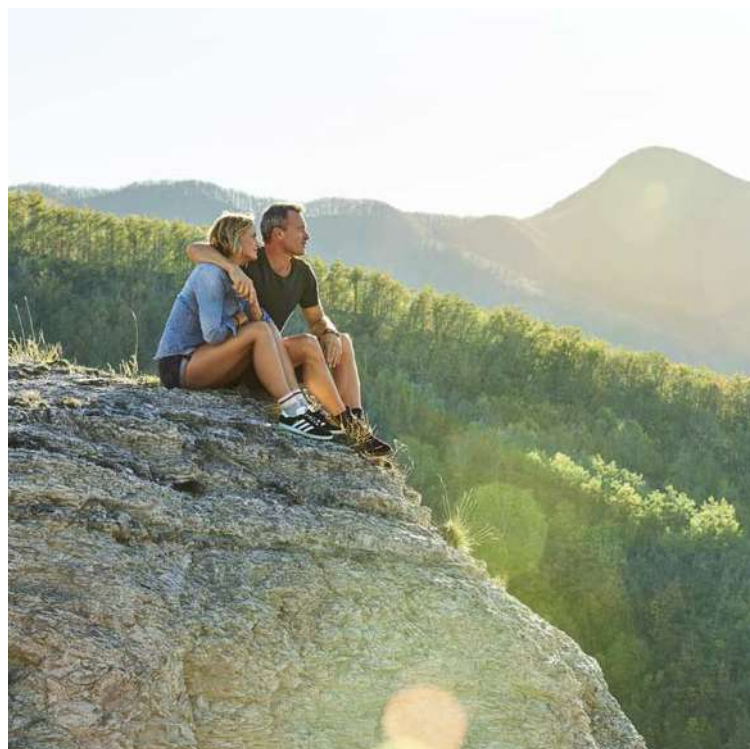
Il racconto delle esperienze

Il progetto si struttura su due direttrici principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all’operatore specializzato, anche dell’intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero. È così che il racconto delle esperienze è oggetto di un piano di promozione che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al

turismo, già nella prossima stagione autunnale.

Campagna promozionale

È appena partita una campagna multisoggetto che comprende advertising su quotidiani nazionali e testate locali dell’Emilia-Romagna, della Lombardia e del Triveneto, tutte aree di riferimento di un turismo di prossimità che può essere interessato a visitare il territorio romagnolo. Contemporaneamente vanno in onda slot di passaggi radiofonici su Radio Rai (Rai 1, Rai 2, Rai Isoradio) mentre sul web ci si è affidati ai più importanti circuiti di informazione. E visto che la Romagna è già un formidabile bacino turistico, si è guardato anche alla comunicazione sul territorio durante questa stagione estiva, con l’allestimento di pensiline dedicato a Romagna Autentica in aree strategiche ed elevato passaggio. In autunno la promozione si allargherà alla Germania, con il coinvolgimento di importanti



Il progetto prevede campagne promozionali in Italia e all'estero

media tedeschi. Contestualmente, tra settembre e ottobre, il progetto verrà presentato in alcuni appuntamenti fieristici dedicati alle strategie turistiche.

Un percorso partecipato

In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa 160 operatori turistici, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzare la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli stru-

menti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del progetto “Romagna autentica”.

Romagna Autentica sul web

A Romagna Autentica è dedicata una sezione sul sito di visitromagna.it. Al racconto di tutte le otto vallate della Romagna Autentica sono dedicate specifiche pagine tra cui navigare, alla scoperta delle bellezze naturali, degli eventi che le animano, delle esperienze che offrono, di per la vacanza attiva. La piattaforma, oggi ricca di oltre 100 proposte, viene aggiornata continuamente sia per quanto riguarda le esperienze sia per gli eventi, che stagionalmente si susseguono.

Ancora jazz a La Mentana Questa sera il trio con Scala, Menci e Ghetti

Domani toccherà al Trio67 Poi gli appuntamenti riprenderanno nel mese di ottobre

MERCATO SARACENO

La rassegna “Giovedì Jazz”, che ha animato la terrazza sul fiume Savio dell’Osteria La Mentana nei mesi di luglio e agosto, si avvia verso la conclusione con due serate che si preannunciano imperdibili. Questa sera sul palco salirà un trio energetico di grande impatto, composto da musicisti di primo piano nel circuito del jazz italiano: Alessandro Scala al sax, Nico Menci al pianoforte e Paolo Ghetti al contrabbasso. Questo trio proporrà un mix raffinato di sonorità che spaziano dal jazz tradizionale alla bossa nova, dando vita a un viaggio musicale unico, caratterizzato da interplay e raffinatezza esecuti-

va. Domani sarà la volta del Trio67, formato da Marco Piva al basso, Andrea Bolognesi al pianoforte e Roberto Giannini alla batteria. Questo progetto racconta un legame profondo con gli anni Sessanta, in particolare con il 1967, attraverso la rivisitazione in chiave jazz di standard e brani pop italiani e internazionali. Ogni pezzo è scelto per il suo collegamento con quell’anno o con eventi significativi dell’epoca, rendendo la serata un vero e proprio viaggio nel tempo. I “Giovedì Jazz” non si fermeranno qui. La nuova gestione dell’osteria ha già annunciato il ritorno della rassegna da ottobre. La programmazione continuerà con eventi come quello del 5 settembre: “Filarina: gusto tra vigne e ulivi”. Il 8 settembre, inoltre, l’osteria festeggerà il santo patrono di Mercato Saraceno con un menù speciale dedicato alla Città del Vino.



Successo per la serata bandistica

SARSINA Per il secondo anno nella Valle del Savio è stata organizzata una rassegna bandistica che ha arricchito le festività patronali di San Vicinio. Nella cornice di piazza Plauto, la Banda Città di Sarsina e la 3MontiBand di Montiano, guidate dai rispettivi maestri Lorenzo Roccoli ed Alessandro Fattori, lunedì sera si sono esibite coinvolgendo il pubblico in una serata davvero divertente. «Le bande musicali sono un pilastro fondamentale della nostra identità culturale e sociale - ha dichiarato il sindaco di Sarsina, Enrico Cangini -. Eventi come questi ci permettono di valorizzare le tradizioni locali, rafforzando il senso di comunità e trasmettendo alle nuove generazioni l’amore per la musica. Un ringraziamento di cuore a tutte le bande partecipanti per l’impegno e la passione dimostrati, così come tutti i cittadini e i visitatori che hanno preso parte a queste serate. Siamo orgogliosi di aver ospitato un evento di tale rilevanza, che ha saputo unire generazioni e creare un’atmosfera di festa e armonia».

VERGHERETO

Festa all'eremo

Si tiene oggi la Festa all’eremo di Sant’Alberico, in parrocchia di Capanne di Verghereto. Un’appuntamento che coinvolge sempre tantissimi fedeli che arrivano dalla valle del Savio, ma anche dalle zone di Pieve Santo Stefano, Pennabilli, San Marino, Casteldelci e tutta la Val Marecchia fino a Rimini, per salire insieme e in silenzio a quello che è uno degli eremi antichi d’Italia. Alle 8, 9.30, 11 (quest’ultima celebrata dal Vescovo Douglas) le messe. Alle 15.30 il Rosario e alle 16 l’ultima messa.

SARSINA

Le messe per San Vicinio

Prosegue il calendario religioso degli appuntamenti per celebrare la festa di San Vicinio patrono di Sarsina. Oggi alle 8.30 e alle 18 messe per gli iscritti vivi e defunti della Compagnia di San Vicinio.

Valle del Savio

Otto vallate in vetrina con 'Romagna Autentica'

Il progetto turistico ha l'obiettivo di far conoscere il territorio: partita una campagna promozionale su giornali nazionali e radio

Si chiama 'Romagna Autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie otto vallate del Faentino, del Forlivese e del Cesenate. Il progetto punta a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni.

È appena partita una campagna su quotidiani nazionali e testate locali dell'Emilia Romagna, della Lombardia e del Triveneto, tutte aree di riferimento di un turismo di prossimità che può essere interessato a visitare il territorio romagnolo. Contemporaneamente vanno in onda



Una sezione del sito di Visit Romagna racconta le eccellenze delle vallate

slot di passaggi radiofonici su Radio Rai (Rai 1, Rai 2, Rai Isoradio) mentre sul web ci si è affidati ai più importanti circuiti di informazione. In autunno la promozione si allargherà alla Germania. Contestualmente, tra settembre e ottobre, il progetto verrà presentato in alcuni appuntamenti fieristici dedicati al-

le strategie turistiche. A Romagna Autentica è dedicata una sezione - focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike.

L'appuntamento

Camminate, mostre e degustazioni per il «Ripopolo della Valle di Rio Salso»

Domenica 1 settembre, nell'ambito delle iniziative dei richiami dal Ripopolo della Valle di Rio Salso, tra l'Alta Valle del Savio e l'Alta Val Bidente di Bagno di Romagna, giornata di camminate, degustazioni e mostre.

Sarsina in festa per San Vicinio

Cangini: «La rassegna bandistica valorizza le tradizioni locali»



«Le bande musicali sono un pilastro fondamentale della nostra identità culturale e sociale» ha commentato il sindaco di Sarsina, Enrico Cangini, in occasione della rassegna bandistica (alla sua seconda edizione in Valle Savio) che ha arricchito le festività patronali di San Vicinio con momenti di musica e condivisione. Infatti in Piazza Plauto, la Banda Città di Sarsina e la 3MontiBand di Montiano, guidate dai rispettivi maestri, Lorenzo Roccoli ed Alessandro Fattori, si sono esibite coinvolgendo il pubblico in una serata davvero divertente. Concerti, questi, che non sono occasione di intrattenimento, ma rappresentano un'importante testimonianza della nostra cultura e delle nostre tradizioni musicali. Il concerto fa parte di un calendario

più ampio che ha visto anche la partecipazione della Banda Santa Cecilia di San Piero, grazie al contributo dell'Unione dei Comuni Valle del Savio, che ha sostenuto l'iniziativa, riconoscendo il valore della cultura bandistica come patrimonio da preservare e promuovere. «Eventi come questi - sempre il sindaco di Sarsina - ci permettono di valorizzare le tradizioni locali, rafforzando il senso di comunità e trasmettendo alle nuove generazioni l'amore per la musica. Un ringraziamento di cuore a tutte le bande partecipanti per l'impegno e la passione dimostrati, così come tutti i cittadini e i visitatori che hanno preso parte a queste serate, che hanno saputo unire generazioni e creare un'atmosfera di festa e armonia.

Edoardo Turci

Piccoli Annunci

Per pubblicare gli annunci economici su

Q.N. il Resto del Carlino

Il Resto del Carlino, La Nazione, Il Giornale rivolgersi a: **Speed**

Le date di pubblicazione sono da considerarsi indicative e non di rigore. Il numero minimo di parole è pari a 20. Tutte le tariffe sono disponibili presso gli sportelli. Tutta la piccola pubblicità andrà pagata anticipatamente al momento dell'ordine. L'informativa sulla privacy è visibile in internet all'indirizzo <http://annunci.quotidiano.net> (anche gli annunci sono pubblicati allo stesso indirizzo). Gli annunci di ricerca di personale devono alla legge n. 903 del 9/12/77.

**Continua la promozione
ogni 2 annunci pagati
2 in omaggio**

Valido per tutte le rubriche

2

IMMOBILI VENDITA

A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.
.A. CIO, Centro Immobiliare Organizzato, Vende Centralissimo, Piazza Malpighi. In Signorile Edificio Dotato Di Ascensore Vende Appartamento Libero Di Mq. 110, Su Due Livelli, Internamente Da Ristrutturare. Ape In Fase Di Redazione. Euro 300.000 Telefono 051/333414 - Info@Cioimmobiliare. It - [Www.Cioimmobiliare.it](http://www.Cioimmobiliare.it) - Viale Xii Giugno N.26, 40124 Bologna

A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.
.A. CIO, Centro Immobiliare Organizzato, Vende Centro, Via De Coltellini. In Signorile Palazzo D'epoca (Non Vincolato) Con Ascensore Vende Appartamento Da Ristrutturare Con Grande Razionalità Interna. Ingresso, Salone Con Angolo Cottura, Due Camere, Bagno, Ripostiglio E Cantina. Ape G. Euro 260.000 Telefono 051/333414 - Info@Cioimmobiliare. It - [Www.Cioimmobiliare.it](http://www.Cioimmobiliare.it) - Viale Xii Giugno N.26, 40124 Bologna

A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.
.A. CIO, Centro Immobiliare Organizzato, Vende Centro, Via San Felice Ad Ze, In Elegante Edificio Con Ascensore Vende Luminosa Residenza Esposta Su 4 Latì E Composta Da: Ampio Ingresso Finestrato, Studio, Salone Doppio, Cucina Abitabile Con Balcone, 4 Camere, Tre Bagni Finestrati E Ripostiglio. La Bella Residenza Che Internamente È Da Ristrutturare Ha Una Planimetria Molto Razionale Che Si Presta Per Varie Finalità Di Utilizzo. Ape In Fase Di Redazione. Euro 615.000 Telefono 051/333414 - Info@Cioimmobiliare. It - [Www.Cioimmobiliare.it](http://www.Cioimmobiliare.it) - Viale Xii Giugno N.26, 40124 Bologna

A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.
.A. CIO, Centro Immobiliare Organizzato, Vende: Casalecchio Di Reno, Pressi Meridiana, In Posizione Comoda A Tutti I Servizi Vende Porzione Di Villa Di 239 Mq Con Sviluppo Su Due Piani E Ascensore Interno. Completano La Proprietà 76 Mq Di Magazzini Con Bagno E Accesso Indipendente E 150 Mq Totali Di Giardino/Cortile. Ape

In Fase Di Redazione. Euro 760.000 Telefono 051/333414 - Info@Cioimmobiliare. It - [Www.Cioimmobiliare.it](http://www.Cioimmobiliare.it) - Viale Xii Giugno N.26, 40124 Bologna

A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.
.A. CIO, Centro Immobiliare Organizzato, Vende: Centro, A 100 M. Dal Nuovo Parco Della Giustizia, Ex Staveco, In Edificio Del 1870 (Non Vincolato) Vende Appartamento/Ufficio Di Mq. 110 Da Ristrutturare, Con Cantina E Riscaldamento Autonomo. L'unità Immobiliare Affaccia Su Un Verdeggiantissimo Interno Silenzioso E Luminoso. Ape In Fase Di Redazione. Euro 370.000 Telefono 051/333414 - Info@Cioimmobiliare. It - [Www.Cioimmobiliare.it](http://www.Cioimmobiliare.it) - Viale Xii Giugno N.26, 40124 Bologna

A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.
.A. CIO, Centro Immobiliare Organizzato, Vende: Centro, Via Ugo Bassi. In Signorile Edificio Dotato Di Ascensore Vende Libero Appartamento Luminoso E Silenzioso Composto Da: Ingresso, Zona Giorno Con Parete Attrezzata Cucina A Vista, Due Camere E

Bagno Finestrato. L'immobile Internamente È Da Ristrutturare. Ape In Fase Di Redazione. Euro 235.000 Telefono 051/333414 - Info@Cioimmobiliare. It - [Www.Cioimmobiliare.it](http://www.Cioimmobiliare.it) - Viale Xii Giugno N.26, 40124 Bologna

A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.
.A. CIO, Centro Immobiliare Organizzato, Vende: Centro, Viale Xii Giugno Ad Ze Nuovo Parco Della Giustizia, Ex Staveco, Vende In Bellissimo Edificio Primi 900 Ufficio Di Mq 220 Recentemente Ristrutturato, Con Rifiniture Di Pregio E Con Altezze Interne Di M. 3,5. Ascensore, Cantina, Garage, Due Posti Auto E Posti Motocicli All'interno Della Corte Condominiale Completano La Proprietà. Ape In Fase Di Redazione. Euro 1.100.000,00 Volendo Arredo. Telefono 051/333414 - Info@Cioimmobiliare. It - [Www.Cioimmobiliare.it](http://www.Cioimmobiliare.it) - Viale Xii Giugno N.26, 40124 Bologna

A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.A.
.A. CIO, Centro Immobiliare Organizzato, Vende: San Mamolo, Via Mezzacosta. In Piccola Palazzina Degli Anni '40 Ristrutturata,

Vende Libero Subito Luminoso E Silenzioso Appartamento Con Altezze Interne Di M. 3,30 E Affacci Su 4 Latì. Ampio Ingresso, Sala, Cucina Abitabile Con Balcone, Due Grandi Camere Matrimoniali, Una Camera Singola, Ampio Bagno Finestrato E Sgabbuzzino. Cantina E Termo Autonomo. Ape In Fase Di Redazione. Euro 395.000. Telefono 051/333414 - Info@Cioimmobiliare. It - [Www.Cioimmobiliare.it](http://www.Cioimmobiliare.it) - Viale Xii Giugno N.26, 40124 Bologna

12

MASSAGGI

BOLOGNA SAN DONATO Novità dal-cissima ragazza affascinante disponibile massaggi completi naturali massimo relax tutti i giorni senza fretta Tel 3450207308
RAVENNA Caterine è tornata, bellissima ceca 36enne bionda, occhi azzurri, fisico da modella, massaggi indimenticabili. No stranieri. Tel.3381423034

VIA GIUSEPPE MASSARENTI 155/C a Bologna rilassante massaggio e tuina centro. Tel. 327.9380630

Otto vallate in vetrina con 'Romagna Autentica'

Il progetto turistico ha l'obiettivo di far conoscere il territorio: partita una campagna promozionale su giornali nazionali e radio. Una sezione del sito di Visit Romagna racconta le eccellenze delle vallate. Si chiama 'Romagna Autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie otto vallate del Faentino, del Forlivese e del Cesenate. Il progetto punta a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni. È appena partita una campagna su quotidiani nazionali e testate locali dell'Emilia Romagna, della Lombardia e del Triveneto, tutte aree di riferimento di un turismo di prossimità che può essere interessato a visitare il territorio romagnolo. Contemporaneamente vanno in onda slot di passaggi radiofonici su Radio Rai (Rai 1, Rai 2, Rai Isoradio) mentre sul web ci si è affidati ai più importanti circuiti di informazione. In autunno la promozione si allargherà alla Germania. Contestualmente, tra settembre e ottobre, il progetto verrà presentato in alcuni appuntamenti fieristici dedicati alle strategie turistiche. A Romagna Autentica è dedicata una sezione - focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike. © Riproduzione riservata

"Romagna Autentica" entra nel vivo nella promozione delle 8 Vallate

29 Agosto 2024 4 Romagna panorama Il progetto di marketing territoriale Si chiama 'Romagna autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie le otto vallate che solcano territori del Faentino, del Forlivese e del Cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l'Appennino. Il progetto punta a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni. La Romagna autentica, dentro Per guidare i turisti dentro a questa sorprendente terra, alle sue bellezze ambientali, ai sapori della tradizione, alle sue rocche e alle vestigia del passato, si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle DMC I percorsi del Savio e If-Imola e Faenza e degli operatori dell'intera filiera. Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna. Il progetto si struttura su due direttrici principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all'operatore specializzato, anche dell'intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero. È così che il racconto delle esperienze - soprattutto quelle più autentiche che suscitano emozioni nei turisti, quelle uniche, quelle che generano empatia, curiosità, gioia, quelle più vicine ai canoni dello stile di vita sano, alla ricerca del km 0 e della filiera corta, quelle relative a tradizioni e nello stesso tempo a innovazioni - è oggetto di un piano di promozione che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di promo-commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al turismo, già nella prossima stagione autunnale. Campagna adv e promozione on e off line È appena partita una campagna multisoggetto che comprende advertising su quotidiani nazionali e testate locali dell'Emilia-Romagna, della Lombardia e del Triveneto, tutte aree di riferimento di un turismo di prossimità che può essere interessato a visitare il territorio romagnolo. Contemporaneamente vanno in onda slot di passaggi radiofonici su Radio Rai (Rai 1, Rai 2, Rai Isoradio) mentre sul web ci si è affidati ai più importanti circuiti di informazione. E visto che la Romagna è già un formidabile bacino turistico, si è guardato anche alla comunicazione sul territorio durante questa stagione estiva, con l'allestimento di pensiline dedicato a Romagna Autentica in aree strategiche ed elevato passaggio, come le stazioni ferroviarie o autostazioni o centri di aggregazione e la brandizzazione di autobus nei bacini di Cesena, Forlì, Ravenna. In autunno la promozione, programmata on line e off line, si allargherà alla Germania, con il coinvolgimento di importanti media tedeschi on e off line, da Sueddeutsche Zeitung a Spiegel On line, da Bunte a Business Inside. Contestualmente, tra settembre e ottobre, il progetto verrà presentato in alcuni appuntamenti fieristici dedicati alle strategie turistiche. Incontri sul territorio, un percorso partecipato In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa 160 operatori turistici, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzarne la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli strumenti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del progetto 'Romagna autentica', con l'obiettivo di mettere in rete le esperienze turistiche presenti nei 25 Comuni del Gal, valorizzare le proposte degli operatori secondo un format condiviso e rispondere così a un modello coerente con i diversi fil rouge promossi da Visit Romagna. Romagna Autentica sul web www.romagnautentica.it A Romagna Autentica è dedicata una sezione - focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike. Luoghi di autentica magia, proposti, anche attraverso un attrattivo corredo iconografico, alla curiosità del turista. Al racconto di tutte le otto vallate della Romagna Autentica sono altresì dedicate specifiche pagine tra cui navigare, alla scoperta delle bellezze naturali, degli eventi che le animano, delle esperienze che offrono, di suggestivi itinerari valorizzati per la vacanza attiva. La piattaforma, oggi ricca di oltre 100 proposte, viene aggiornata continuamente sia per quanto riguarda le esperienze sia per gli eventi, che stagionalmente si susseguono. Il Progetto di valorizzazione Il progetto di Promozione integrata del territorio e marketing territoriale nell'area del Gal 'L'altra Romagna' (finanziato con risorse del Fondo per lo sviluppo rurale della Regione Emilia-Romagna) ha visto affiancarsi allo storico Gruppo di azione locale attivo da un trentennio, Visit Romagna, brand di 'Destinazione turistica Romagna' attraverso uno specifico accordo di collaborazione, per potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal 'L'altra Romagna', in rappresentanza di 25 Comuni.

Invito alla scoperta della "Romagna Autentica"

Il progetto di marketing territoriale a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna punta a coinvolgere i turisti italiani e stranieri in vacanze all'insegna dell'esperienza nei borghi. Raccolta di esperienze, adv on e off line e sito web tra le azioni già avviate

Romagna, 29/08/2024 (informazione.it - comunicati stampa)

Si chiama "**Romagna autentica**" e ha l'obiettivo di far conoscere '**dal di dentro**' quel **territorio alle spalle della Riviera**, certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere.

Si tratta del **progetto di marketing territoriale** messo a punto da **L'Altra Romagna e da Visit Romagna**, su un territorio che raccoglie **le otto vallate** che solcano territori **del Faentino, del Forlivese e del Cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l'Appennino**. Il progetto punta a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni.

La Romagna autentica, dentro

Per guidare i turisti **dentro** a questa sorprendente terra, alle sue bellezze ambientali, ai sapori della tradizione, alle sue rocche e alle vestigia del passato, si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle DMC I percorsi del Savio e If-Imola e Faenza e degli operatori dell'intera filiera.

Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna.

Il progetto si struttura su **due direttrici** principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all'operatore specializzato, anche dell'intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero.

È così che il racconto delle esperienze - soprattutto quelle più autentiche che suscitano emozioni nei turisti, quelle uniche, quelle che generano empatia, curiosità, gioia, quelle più vicine ai canoni dello stile di vita sano, alla ricerca del km 0 e della filiera corta, quelle relative a tradizioni e nello stesso tempo a innovazioni - è oggetto di un **piano di promozione** che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di promo-commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al turismo, già nella prossima stagione autunnale.

Campagna adv e promozione on e off line

È appena partita una **campagna multisoggetto** che comprende advertising sui quotidiani nazionali e testate locali dell'Emilia-Romagna, della Lombardia e del Triveneto, tutte aree di riferimento di un turismo di prossimità che può essere interessato a visitare il territorio romagnolo.

Contemporaneamente vanno in onda slot di passaggi radiofonici su Radio Rai (Rai 1, Rai 2, Rai Isoradio) mentre sul web ci si è affidati ai più importanti circuiti di informazione. E visto che la Romagna è già un formidabile bacino turistico, si è guardato anche alla comunicazione sul territorio durante questa stagione estiva, con l'allestimento di pensiline dedicate a Romagna Autentica in aree strategiche ed elevato passaggio, come le stazioni ferroviarie o autostazioni o centri di aggregazione e la brandizzazione di autobus nei bacini di Cesena, Forlì, Ravenna. In autunno la promozione, programmata on line e off line, si allargherà **alla Germania**, con il coinvolgimento di importanti media tedeschi on e off line, da Sueddeutsche Zeitung a SpiegelOn line, da Bunte a Business Inside.

Contestualmente, tra settembre e ottobre, il progetto verrà presentato in alcuni appuntamenti fieristici dedicati alle strategie turistiche.

Incontri sul territorio, un percorso partecipato

In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa **160 operatori turistici**, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzare la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli strumenti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del **progetto "Romagna autentica"**, con l'obiettivo di mettere in rete le esperienze turistiche presenti nei 25 Comuni del Gal, valorizzare le proposte degli operatori secondo un format condiviso e rispondere così a un modello coerente con i diversi fil rouge promossi da Visit Romagna.

Romagna Autentica sul web www.romagnautentica.it

A **Romagna Autentica** è dedicata una sezione - focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike. Luoghi di autentica magia, proposti, anche attraverso un attrattivo corredo iconografico, alla curiosità del turista. Al racconto di tutte le **otto vallate** della Romagna Autentica sono altresì dedicate specifiche pagine tra cui navigare, alla scoperta delle bellezze naturali, degli eventi che le animano, delle esperienze che offrono, di suggestivi itinerari valorizzati per la vacanza attiva. La piattaforma, oggi ricca di oltre 100 proposte, viene aggiornata continuamente sia per quanto riguarda le esperienze sia per gli eventi, che stagionalmente si susseguono.

Il Progetto di valorizzazione

Il progetto di Promozione integrata del territorio e marketing territoriale nell'area del Gal "L'altra Romagna" (finanziato con risorse del Fondo per lo sviluppo rurale della Regione Emilia-Romagna) ha visto affiancarsi allo storico Gruppo di azione locale attivo da un trentennio, Visit Romagna, brand di "Destinazione turistica Romagna" attraverso uno specifico accordo di collaborazione, per potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal "L'altra Romagna", in rappresentanza di 25 Comuni.

Per info ai media

press@romagnautentica.it

www.romagnautentica.it

Riferimenti Contatto

<https://visitromagna.it/nature/romagna-autentica>

Invito alla scoperta della "Romagna autentica"

Il progetto di marketing territoriale a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna punta a coinvolgere i turisti italiani e stranieri in vacanze all'insegna dell'esperienza nei borghi. Raccolta di esperienze, adv on e off line e sito web tra le azioni già avviate immagine pubblicata da Federicabianchi216 Si chiama 'Romagna autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie le otto vallate che solcano territori del Faentino, del Forlivese e del Cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l'Appennino. Il progetto punta a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni. La Romagna autentica, dentro Per guidare i turisti dentro a questa sorprendente terra, alle sue bellezze ambientali, ai sapori della tradizione, alle sue rocche e alle vestigia del passato, si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle DMC I percorsi del Savio e If-Imola e Faenza e degli operatori dell'intera filiera. Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna. Il progetto si struttura su due direttrici principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all'operatore specializzato, anche dell'intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero. È così che il racconto delle esperienze - soprattutto quelle più autentiche che suscitano emozioni nei turisti, quelle uniche, quelle che generano empatia, curiosità, gioia, quelle più vicine ai canoni dello stile di vita sano, alla ricerca del km 0 e della filiera corta, quelle relative a tradizioni e nello stesso tempo a innovazioni - è oggetto di un piano di promozione che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di promo-commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al turismo, già nella prossima stagione autunnale. Campagna adv e promozione on e off line È appena partita una campagna multisoggetto che comprende advertising su quotidiani nazionali e testate locali dell'Emilia-Romagna, della Lombardia e del Triveneto, tutte aree di riferimento di un turismo di prossimità che può essere interessato a visitare il territorio romagnolo. Contemporaneamente vanno in onda slot di passaggi radiofonici su Radio Rai (Rai 1, Rai 2, Rai Isoradio) mentre sul web ci si è affidati ai più importanti circuiti di informazione. E visto che la Romagna è già un formidabile bacino turistico, si è guardato anche alla comunicazione sul territorio durante questa stagione estiva, con l'allestimento di pensiline dedicato a Romagna Autentica in aree strategiche ed elevato passaggio, come le stazioni ferroviarie o autostazioni o centri di aggregazione e la brandizzazione di autobus nei bacini di Cesena, Forlì, Ravenna. In autunno la promozione, programmata on line e off line, si allargherà alla Germania, con il coinvolgimento di importanti media tedeschi on e off line, da Sueddeutsche Zeitung a SpiegelOn line, da Bunte a Business Inside. Contestualmente, tra settembre e ottobre, il progetto verrà presentato in alcuni appuntamenti fieristici dedicati alle strategie turistiche. Incontri sul territorio, un percorso partecipato In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa 160 operatori turistici, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzarne la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli strumenti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del progetto 'Romagna autentica', con l'obiettivo di mettere in rete le esperienze turistiche presenti nei 25 Comuni del Gal, valorizzare le proposte degli operatori secondo un format condiviso e rispondere così a un modello coerente con i diversi fil rouge promossi da Visit Romagna. Romagna Autentica sul web www.romagnautentica.it A Romagna Autentica è dedicata una sezione - focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike. Luoghi di autentica magia, proposti, anche attraverso un attrattivo corredo iconografico, alla curiosità del turista. Al racconto di tutte le otto vallate della Romagna Autentica sono altresì dedicate specifiche pagine tra cui navigare, alla scoperta delle bellezze naturali, degli eventi che le animano, delle esperienze che offrono, di suggestivi itinerari valorizzati per la vacanza attiva. La piattaforma, oggi ricca di oltre 100 proposte, viene aggiornata continuamente sia per quanto riguarda le esperienze sia per gli eventi, che stagionalmente si susseguono. Il Progetto di valorizzazione Il progetto di Promozione integrata del territorio e marketing territoriale nell'area del Gal 'L'altra Romagna' (finanziato con risorse del Fondo per lo sviluppo rurale della Regione Emilia- Romagna) ha visto affiancarsi allo storico Gruppo di azione locale attivo da un trentennio, Visit Romagna, brand di 'Destinazione turistica

Invito alla scoperta della "Romagna autentica"

Romagna' attraverso uno specifico accordo di collaborazione, per potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal 'L'altra Romagna', in rappresentanza di 25 Comuni. Per info ai media press@romagnautentica.it www.romagnautentica.it Fonte notizia www.romagnautentica.it Marketing territoriale esperienze enogastronomia ambiente arte cultura Pubblicato in data 29-08-2024 | hits (10) | da: Federicabianchi216

"Romagna Autentica" entra nel vivo nella promozione delle 8 Vallate

Di giornale - Agosto 28, 2024 Invito alla scoperta della 'Romagna Autentica' Il progetto di marketing territoriale a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna punta a coinvolgere i turisti italiani e stranieri in vacanze all'insegna dell'esperienza nei borghi. Raccolta di esperienze, adv on e off line e sito web tra le azioni già avviate Romagna (28 agosto 2024) - Si chiama 'Romagna autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie le otto vallate che solcano territori del Faentino, del Forlivese e del Cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l'Appennino. Il progetto punta a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni. La Romagna autentica, dentro Per guidare i turisti dentro a questa sorprendente terra, alle sue bellezze ambientali, ai sapori della tradizione, alle sue rocche e alle vestigia del passato, si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle DMC I percorsi del Savio e If-Imola e Faenza e degli operatori dell'intera filiera. Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna. Il progetto si struttura su due direttrici principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all'operatore specializzato, anche dell'intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero. È così che il racconto delle esperienze - soprattutto quelle più autentiche che suscitano emozioni nei turisti, quelle uniche, quelle che generano empatia, curiosità, gioia, quelle più vicine ai canoni dello stile di vita sano, alla ricerca del km 0 e della filiera corta, quelle relative a tradizioni e nello stesso tempo a innovazioni - è oggetto di un piano di promozione che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di promo-commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al turismo, già nella prossima stagione autunnale. Campagna adv e promozione on e off line È appena partita una campagna multisoggetto che comprende advertising su quotidiani nazionali e testate locali dell'Emilia-Romagna, della Lombardia e del Triveneto, tutte aree di riferimento di un turismo di prossimità che può essere interessato a visitare il territorio romagnolo. Contemporaneamente vanno in onda slot di passaggi radiofonici su Radio Rai (Rai 1, Rai 2, Rai Isoradio) mentre sul web ci si è affidati ai più importanti circuiti di informazione. E visto che la Romagna è già un formidabile bacino turistico, si è guardato anche alla comunicazione sul territorio durante questa stagione estiva, con l'allestimento di pensiline dedicato a Romagna Autentica in aree strategiche ed elevato passaggio, come le stazioni ferroviarie o autostazioni o centri di aggregazione e la brandizzazione di autobus nei bacini di Cesena, Forlì, Ravenna. In autunno la promozione, programmata on line e off line, si allargherà alla Germania, con il coinvolgimento di importanti media tedeschi on e off line, da Sueddeutsche Zeitung a SpiegelOn line, da Bunte a Business Inside. Contestualmente, tra settembre e ottobre, il progetto verrà presentato in alcuni appuntamenti fieristici dedicati alle strategie turistiche. Incontri sul territorio, un percorso partecipato In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa 160 operatori turistici, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzarne la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli strumenti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del progetto 'Romagna autentica', con l'obiettivo di mettere in rete le esperienze turistiche presenti nei 25 Comuni del Gal, valorizzare le proposte degli operatori secondo un format condiviso e rispondere così a un modello coerente con i diversi fil rouge promossi da Visit Romagna. Romagna Autentica sul web www.romagnautentica.it A Romagna Autentica è dedicata una sezione - focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike. Luoghi di autentica magia, proposti, anche attraverso un attrattivo corredo iconografico, alla curiosità del turista. Al racconto di tutte le otto vallate della Romagna Autentica sono altresì dedicate specifiche pagine tra cui navigare, alla scoperta delle bellezze naturali, degli eventi che le animano, delle esperienze che offrono, di suggestivi itinerari valorizzati per la vacanza attiva. La piattaforma, oggi ricca di oltre 100 proposte, viene aggiornata continuamente sia per quanto riguarda le esperienze sia per gli eventi, che stagionalmente si susseguono. Il Progetto di valorizzazione Il progetto di Promozione integrata del territorio e marketing territoriale nell'area del Gal 'L'altra Romagna' (finanziato con risorse del Fondo per lo sviluppo rurale della Regione Emilia-Romagna) ha visto affiancarsi allo

"Romagna Autentica" entra nel vivo nella promozione delle 8 Vallate

storico Gruppo di azione locale attivo da un trentennio, Visit Romagna, brand di 'Destinazione turistica Romagna' attraverso uno specifico accordo di collaborazione, per potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal 'L'altra Romagna', in rappresentanza di 25 Comuni. Per info ai media www.romagnautentica.it giornale

"Romagna Autentica": entra nel vivo la promozione delle 8 Vallate

Da Redazione - 28 Agosto 2024 Young friends having fun taking selfie at winery vineyard outdoor - Friendship concept on happy people enjoying harvest together at farm house - Red wine bio production experience - Azure vivid filter Si chiama 'Romagna autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie le otto vallate che solcano territori del Faentino, del Forlivese e del Cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l'Appennino. Il progetto punta a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni. La Romagna autentica, dentro Per guidare i turisti dentro a questa sorprendente terra, alle sue bellezze ambientali, ai sapori della tradizione, alle sue rocche e alle vestigia del passato, si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle DMC I percorsi del Savio e If-Imola e Faenza e degli operatori dell'intera filiera. Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna. Il progetto si struttura su due direttrici principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all'operatore specializzato, anche dell'intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero. È così che il racconto delle esperienze - soprattutto quelle più autentiche che suscitano emozioni nei turisti, quelle uniche, quelle che generano empatia, curiosità, gioia, quelle più vicine ai canoni dello stile di vita sano, alla ricerca del km 0 e della filiera corta, quelle relative a tradizioni e nello stesso tempo a innovazioni - è oggetto di un piano di promozione che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di promo-commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al turismo, già nella prossima stagione autunnale. Campagna adv e promozione on e off line È appena partita una campagna multisoggetto che comprende advertising su quotidiani nazionali e testate locali dell'Emilia-Romagna, della Lombardia e del Triveneto, tutte aree di riferimento di un turismo di prossimità che può essere interessato a visitare il territorio romagnolo. Contemporaneamente vanno in onda slot di passaggi radiofonici su Radio Rai (Rai 1, Rai 2, Rai Isoradio) mentre sul web ci si è affidati ai più importanti circuiti di informazione. E visto che la Romagna è già un formidabile bacino turistico, si è guardato anche alla comunicazione sul territorio durante questa stagione estiva, con l'allestimento di pensiline dedicato a Romagna Autentica in aree strategiche ed elevato passaggio, come le stazioni ferroviarie o autostazioni o centri di aggregazione e la brandizzazione di autobus nei bacini di Cesena, Forlì, Ravenna. In autunno la promozione, programmata on line e off line, si allargherà alla Germania, con il coinvolgimento di importanti media tedeschi on e off line, da Sueddeutsche Zeitung a SpiegelOn line, da Bunte a Business Inside. Contestualmente, tra settembre e ottobre, il progetto verrà presentato in alcuni appuntamenti fieristici dedicati alle strategie turistiche. Incontri sul territorio, un percorso partecipato In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa 160 operatori turistici, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzarne la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli strumenti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del progetto 'Romagna autentica', con l'obiettivo di mettere in rete le esperienze turistiche presenti nei 25 Comuni del Gal, valorizzare le proposte degli operatori secondo un format condiviso e rispondere così a un modello coerente con i diversi fil rouge promossi da Visit Romagna.

Al via un progetto di marketing territoriale per valorizzare i borghi del Faentino, Forlivese e Cesenate

di Redazione - 28 Agosto 2024 - 16:53 Commenta Stampa Invia notizia 3 min territorio Si chiama 'Romagna autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, 'certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere' come spiegano gli ideatori. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie le otto vallate che solcano territori del Faentino, del Forlivese e del Cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l'Appennino. Il progetto punta 'a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni'. La Romagna autentica, dentro 'Per guidare i turisti dentro a questa sorprendente terra - continuano dall'organizzazione -, alle sue bellezze ambientali, ai sapori della tradizione, alle sue rocche e alle vestigia del passato, si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle DMC I percorsi del Savio e If-Imola e Faenza e degli operatori dell'intera filiera. Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna'. Il progetto si struttura su due direttrici principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all'operatore specializzato, anche dell'intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero. 'È così che il racconto delle esperienze - soprattutto quelle più autentiche che suscitano emozioni nei turisti, quelle uniche, quelle che generano empatia, curiosità, gioia, quelle più vicine ai canoni dello stile di vita sano, alla ricerca del km 0 e della filiera corta, quelle relative a tradizioni e nello stesso tempo a innovazioni - è oggetto di un piano di promozione che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di promo-commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al turismo, già nella prossima stagione autunnale'. Incontri sul territorio, un percorso partecipato In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa 160 operatori turistici, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzarne la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli strumenti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del progetto 'Romagna autentica', con l'obiettivo 'di mettere in rete le esperienze turistiche presenti nei 25 Comuni del Gal, valorizzare le proposte degli operatori secondo un format condiviso e rispondere così a un modello coerente con i diversi fil rouge promossi da Visit Romagna'. Romagna Autentica sul web www.romagnautentica.it A Romagna Autentica è dedicata una sezione - focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike. Luoghi di autentica magia, proposti, anche attraverso un attrattivo corredo iconografico, alla curiosità del turista. Al racconto di tutte le otto vallate della Romagna Autentica sono altresì dedicate specifiche pagine tra cui navigare, alla scoperta delle bellezze naturali, degli eventi che le animano, delle esperienze che offrono, di suggestivi itinerari valorizzati per la vacanza attiva. 'La piattaforma, oggi ricca di oltre 100 proposte, viene aggiornata continuamente sia per quanto riguarda le esperienze sia per gli eventi, che stagionalmente si susseguono' continuano dall'organizzazione. Il Progetto di valorizzazione Il progetto di Promozione integrata del territorio e marketing territoriale nell'area del Gal 'L'altra Romagna' (finanziato con risorse del Fondo per lo sviluppo rurale della Regione Emilia-Romagna) ha visto affiancarsi allo storico Gruppo di azione locale attivo da un trentennio, Visit Romagna, brand di 'Destinazione turistica Romagna' attraverso uno specifico accordo di collaborazione, 'per potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal 'L'altra Romagna', in rappresentanza di 25 Comuni'. territorio

Al via un progetto di marketing territoriale per valorizzare i borghi del Faentino, Forlivese e Cesenate

di Redazione - 28 Agosto 2024 - 17:12 Si chiama 'Romagna autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, 'certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere' come spiegano gli ideatori. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie le otto vallate che solcano territori del Faentino, del Forlivese e del Cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l'Appennino. Il progetto punta 'a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni'. 'Per guidare i turisti dentro a questa sorprendente terra - continuano dall'organizzazione -, alle sue bellezze ambientali, ai sapori della tradizione, alle sue rocche e alle vestigia del passato, si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle DMC I percorsi del Savio e If-Imola e Faenza e degli operatori dell'intera filiera. Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna'. Il progetto si struttura su due direttrici principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all'operatore specializzato, anche dell'intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero. 'È così che il racconto delle esperienze - soprattutto quelle più autentiche che suscitano emozioni nei turisti, quelle uniche, quelle che generano empatia, curiosità, gioia, quelle più vicine ai canoni dello stile di vita sano, alla ricerca del km 0 e della filiera corta, quelle relative a tradizioni e nello stesso tempo a innovazioni - è oggetto di un piano di promozione che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di promo-commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al turismo, già nella prossima stagione autunnale'. In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa 160 operatori turistici, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzarne la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli strumenti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del progetto 'Romagna autentica', con l'obiettivo 'di mettere in rete le esperienze turistiche presenti nei 25 Comuni del Gal, valorizzare le proposte degli operatori secondo un format condiviso e rispondere così a un modello coerente con i diversi fil rouge promossi da Visit Romagna'. A Romagna Autentica è dedicata una sezione - focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike. Luoghi di autentica magia, proposti, anche attraverso un attrattivo corredo iconografico, alla curiosità del turista. Al racconto di tutte le otto vallate della Romagna Autentica sono altresì dedicate specifiche pagine tra cui navigare, alla scoperta delle bellezze naturali, degli eventi che le animano, delle esperienze che offrono, di suggestivi itinerari valorizzati per la vacanza attiva. 'La piattaforma, oggi ricca di oltre 100 proposte, viene aggiornata continuamente sia per quanto riguarda le esperienze sia per gli eventi, che stagionalmente si susseguono' continuano dall'organizzazione. Il progetto di Promozione integrata del territorio e marketing territoriale nell'area del Gal 'L'altra Romagna' (finanziato con risorse del Fondo per lo sviluppo rurale della Regione Emilia-Romagna) ha visto affiancarsi allo storico Gruppo di azione locale attivo da un trentennio, Visit Romagna, brand di 'Destinazione turistica Romagna' attraverso uno specifico accordo di collaborazione, 'per potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal 'L'altra Romagna', in rappresentanza di 25 Comuni'.

Turismo, al via 'Romagna Autentica', progetto di marketing territoriale a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna

28 Agosto 2024 (Sesto Potere) - Forlì/Faenza - 28 agosto 2024 - Si chiama 'Romagna autentica' e ha l'obiettivo di far conoscere 'dal di dentro' quel territorio alle spalle della Riviera, certo meno frequentato dal turismo, ma non per questo meno attraente, anzi più adatto ai ritmi lenti del turismo slow e ricco di originali proposte tutte da scoprire e da vivere. Si tratta del progetto di marketing territoriale messo a punto da L'Altra Romagna e da Visit Romagna, su un territorio che raccoglie le otto vallate che solcano territori del Faentino, del Forlivese e del Cesenate partendo dalla via Emilia per salire verso l'Appennino. Il progetto punta a coinvolgere i potenziali turisti attraverso il racconto di esperienze uniche in una cornice di paesaggi sorprendenti: imparare a fare la piadina in una casa contadina, pagaiare nell'invaso di una diga, sfossare il formaggio, avventurarsi tra boschi e vitigni. La Romagna autentica, dentro Per guidare i turisti dentro a questa sorprendente terra, alle sue bellezze ambientali, ai sapori della tradizione, alle sue rocche e alle vestigia del passato, si è proceduto ad avviare la mappatura di esperienze, eventi, servizi e strutture con il coinvolgimento fattivo dei Comuni, delle DMC I percorsi del Savio e If-Imola e Faenza e degli operatori dell'intera filiera. Una mappatura che permetterà di creare una sorta di catalogo delle opportunità offerte dal territorio: una vera e propria vetrina di quanto di meglio si può sperimentare in questo lembo di Romagna. Il progetto si struttura su due direttrici principali: parla al turista individuale toccandone le corde emozionali e all'operatore specializzato, anche dell'intermediato soprattutto per quanto concerne il turista straniero. È così che il racconto delle esperienze - soprattutto quelle più autentiche che suscitano emozioni nei turisti, quelle uniche, quelle che generano empatia, curiosità, gioia, quelle più vicine ai canoni dello stile di vita sano, alla ricerca del km 0 e della filiera corta, quelle relative a tradizioni e nello stesso tempo a innovazioni - è oggetto di un piano di promozione che si avvarrà sia di strumenti di comunicazione a largo raggio, su media nazionali con spot radiofonici, inserzioni sui quotidiani e sul web, sia di strumenti di promo-commercializzazione da presentare a fiere ed eventi dedicati al turismo, già nella prossima stagione autunnale. Campagna adv e promozione on e off line È appena partita una campagna multisoggetto che comprende advertising su quotidiani nazionali e testate locali dell'Emilia-Romagna, della Lombardia e del Triveneto, tutte aree di riferimento di un turismo di prossimità che può essere interessato a visitare il territorio romagnolo. Contemporaneamente vanno in onda slot di passaggi radiofonici su Radio Rai (Rai 1, Rai 2, Rai Isoradio) mentre sul web ci si è affidati ai più importanti circuiti di informazione. E visto che la Romagna è già un formidabile bacino turistico, si è guardato anche alla comunicazione sul territorio durante questa stagione estiva, con l'allestimento di pensiline dedicato a Romagna Autentica in aree strategiche ed elevato passaggio, come le stazioni ferroviarie o autostazioni o centri di aggregazione e la brandizzazione di autobus nei bacini di Cesena, Forlì, Ravenna. In autunno la promozione, programmata on line e off line, si allargherà alla Germania, con il coinvolgimento di importanti media tedeschi on e off line, da Sueddeutsche Zeitung a SpiegelOn line, da Bunte a Business Inside. Contestualmente, tra settembre e ottobre, il progetto verrà presentato in alcuni appuntamenti fieristici dedicati alle strategie turistiche. Incontri sul territorio, un percorso partecipato In una prima fase sono stati organizzati incontri sul territorio per la presentazione del progetto e delle azioni dedicate alle esperienze, che hanno visto la partecipazione di circa 160 operatori turistici, Comuni, Pro Loco, guide turistiche, agriturismi, alberghi diffusi, aziende agricole e vitivinicoli. Gli incontri sono stati finalizzati a rafforzarne la conoscenza tra operatori e soggetti istituzionali, ampliandone le relazioni, allo scambio fattivo di buone pratiche e a creare conoscenza sugli strumenti messi a disposizione e le azioni dei prossimi mesi. Si è trattato di un percorso partecipato per costruire la parte concreta del progetto 'Romagna autentica', con l'obiettivo di mettere in rete le esperienze turistiche presenti nei 25 Comuni del Gal, valorizzare le proposte degli operatori secondo un format condiviso e rispondere così a un modello coerente con i diversi fil rouge promossi da Visit Romagna. Romagna Autentica sul web www.romagnautentica.it A Romagna Autentica è dedicata una sezione - focus sul sito di visitromagna.it. Pagine che introducono a questa terra capace di offrire uno straordinario patrimonio di natura, buon cibo, borghi e rocche, lungo sentieri e cammini, alla scoperta di itinerari per trekking e bike. Luoghi di autentica magia, proposti, anche attraverso un attrattivo corredo iconografico, alla curiosità del turista. Al racconto di tutte le otto vallate della Romagna Autentica sono altresì dedicate specifiche pagine tra cui navigare, alla scoperta delle bellezze naturali, degli eventi che le animano, delle esperienze che offrono, di suggestivi itinerari valorizzati per la vacanza attiva. La piattaforma, oggi ricca di oltre 100 proposte, viene aggiornata continuamente sia per quanto riguarda le esperienze sia per gli eventi, che stagionalmente si susseguono. Il Progetto di valorizzazione Il progetto di Promozione integrata del territorio e marketing territoriale nell'area del Gal 'L'altra Romagna' (finanziato con risorse del Fondo per lo sviluppo rurale della Regione Emilia-Romagna) ha visto affiancarsi allo storico Gruppo di azione locale attivo da un trentennio, Visit Romagna, brand di 'Destinazione turistica Romagna' attraverso uno specifico accordo di collaborazione, per potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal 'L'altra Romagna', in rappresentanza di 25 Comuni. Previous article Forlì, ritorna la formazione

***Turismo, al via 'Romagna Autentica', progetto di marketing territoriale a cura del
Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna***

gratuita di Fondazione Caffè Salato Next article Parma, a Palazzo Dalla Rosa Prati la mostra 'Henri de Toulouse Lautrec. Il mondo del circo e di Montmartre'



Rassegna stampa press tour ottobre - novembre 2024





VALLE SAVIO



MERCATO SARACENO E SAN PIERO TRA LE TAPPE PRINCIPALI

Enogastronomia: un press tour nelle tante qualità delle vallate

Addetti ai lavori tra cui anche blogger hanno potuto imparare a conoscere il vitigno "Famoso", tra piadina e tartufi

VALLE SAVIO

Il territorio della 'Romagna Autentica', che alle spalle della Riviera sale verso l'Appennino, svela i suoi sapori d'autunno organizzando un press tour dedicato alla stampa specializzata enogastronomica nelle sue otto vallate del Faentino, Forlivese e Cesenate.

Visit Romagna sta accompagnando 5 giornalisti e blogger specializzati in una 4 giorni di full immersion in una terra sorprendente e ancora poco conosciuta per mostrare le sue eccellenze enogastronomiche che si annidano in ogni territorio rendendolo carico di esperienze autentiche.

Dal progetto di marketing territoriale condiviso con il Gal l'altra Romagna nasce questa azione di promozione: un racconto emozionale che ha visto il suo inizio dalle Terre del Rubicone e finirà oggi alle Terre di Faenza.

Nella giornata di giovedì 24 ottobre il press tour ha accompagnato la stampa a Sogliano

al Rubicone, nella visita alle fosse di stagionatura del Formaggio di Fossa Dop che sarà celebrato nel mese di novembre tra le vie del borgo fra assaggi e degustazioni. Tra tradizioni e usi i giornalisti sono stati coinvolti nella realizzazione della teglia di terracotta per la cottura della piadina nella vicina Montetiffi.

Lasciata la valle del Rubicone si è passati a quella del Savio ed a Mercato Saraceno dove il racconto enogastronomico è proseguito sulle tracce del 'Famoso', un vitigno autoctono, riscoperto proprio in Altosavio e diventato uno dei bianchi più originali e apprezzati del territorio, insieme ai classici 'Albana' e 'Sangiovese', bandiere enologiche di tutta la Romagna.

Salendo in Alto Savio, a San Piero in Bagno, i giornalisti sono stati deliziati da speciali piatti che valorizzano i produttori locali e le esperienze di ricerca ed innovazione in cucina fino alla scoperta di nuove produzioni come la birra artigianale nella Val Bidente a Civitella



Il passaggio dalla vallata del Rubicone e dalla zona di Montetiffi

di Romagna.

Chiamati a cimentarsi in un laboratorio di Piadina Romagnola, prodotto certificato Igp, si sono avvicinati poi alle tradizioni più tipiche della Romagna Toscana con un laboratorio di tortello alla lastra. È stata mostrata la Romagna del recupero non solo delle tradizioni ma anche dei prodotti, lavorati secondo la filosofia "zero sprechi".

Forni, ristoranti, corti e aziende vitivinicole e laboratori sono stati vissuti in questo viaggio tra Dovadola e Portico per

un'esperienza tipicamente autunnale: la ricerca del pregiato tartufo in compagnia di una guida esperta, per poi degustarlo insieme alle creazioni dei giovani chef della vallata da Portico a Castrocaro con le proposte che giocano con l'essenza degli ingredienti e la forma dei ricordi per raccontare con semplicità il gusto del territorio.

L'ultimo giorno di oggi, sarà con un tuffo nella vallata del Senio e per l'Olio Evo di Faenza a Brisighella.

Scacina frita e cinghiale tra Bagno e Selvapiana

VALLE SAVIO

Domenica all'insegna delle sagre autunnali in vallata. A Bagno di Romagna l'appuntamento di oggi è con la Sagra della "Scacina frita". Dalle 10 apriranno gli stand del mercatino mentre alle 12 è prevista l'apertura dello stand gastronomico con scacina frita, il suo parente stretto tortello alla lastra, patate fritte, piadina, birra, vino e caldarroste. Il tutto condito anche da animazione, musica dal vivo, giochi in legno e gonfiabili per i bimbi.

A Selvapiana oggi invece c'è la Festa del cinghiale. Alle 12:30, per il pranzo, la proposta è polenta al cinghiale, ravioli di patate al ragù, cinghiale in umido, grigliata mista di carne, patate fritte, spinaci, crostata di fichi e noci, ciambella e vino dolce.

Dalle 14:30 a pancia piena, scatterà l'animazione con dj Daniele e la gara di maraffone. Anche durante il pomeriggio non mancheranno stand gastronomici e di prodotti tipici della vallata.

Per pranzare è necessaria la prenotazione telefonando a Luca (329 0671977) o inviando un Whatsapp a Tina (349 3676778).

Premiata la "cura del verde" nel paese Murginaglie trionfa al "Balcone fiorito"

Coinvolti a Sarsina circa 100 cittadini
Si pensa già ad un 2025 con ancora più partecipanti

SARSINA

Sarsina celebra la terza edizione del concorso "Balcone Fiorito": il borgo di Murginaglie si aggiudica il primo premio.

Si è conclusa con grande successo la terza edizione del concorso "Balcone Fiorito", l'iniziativa promossa dal Comune di Sarsina e dalla Consulta delle Donne, con il sostegno del Lions Club Valle del Savio e delle associazioni Confartigianato, Confcommercio e Cna.

L'evento, nato per valorizzare il decoro urbano e promuovere la cura del verde attraverso il coinvolgimento della comunità locale, ha visto la partecipazione entusiasta di circa 100 citta-



La premiazione del concorso al Centro studi plautini

dini. Hanno decorato balconi, finestre e spazi esterni delle proprie abitazioni con fiori e piante, contribuendo a creare un'atmosfera di bellezza e colore in tutta la città. Ogni allestimento è stato giudicato non solo per l'originalità e la composizione

floreale, ma anche per la capacità di integrarsi armoniosamente con l'ambiente circostante.

Quest'anno, il prestigioso riconoscimento è stato assegnato al borgo di Murginaglie, che ha saputo distinguersi per l'elegan-

za e la creatività delle decorazioni. Il premio è stato accolto con grande soddisfazione dai residenti del borgo, che hanno lavorato con passione per rendere ancora più accoglienti i loro spazi privati e pubblici ed hanno ricevuto la visita dei ragazzi delle scuole di Sarsina ad ammirare il loro ameno borgo.

Durante la cerimonia di premiazione, svoltasi nella sala del Centro Studi Plautini, l'assessora Elsa Angela Cangini ha espresso parole di ringraziamento a tutti i partecipanti, sottolineando come iniziative di questo tipo contribuiscano non solo alla bellezza del paese, ma anche alla creazione di una comunità più coesa e attiva.

L'appuntamento è già fissato per la prossima edizione, con l'obiettivo di coinvolgere un numero ancora maggiore di cittadini.

Sulle tracce di gnomo Bagnolo

BAGNO DI ROMAGNA

Alla scoperta di Gnomo Bagnolo, l'entusiasmante esperienza fiabesca immersa nella natura. Location da favola, dove magia e realtà si incontrano in un paesaggio mozzafiato. Una guida speciale accompagnerà i visitatori lungo il sentiero degli gnomi, svelando la vera storia di Gnomo Bagnolo e del motivo per cui, insieme alla sua famiglia, ha scelto di vivere in queste foreste. La guida illustrerà anche le nuove installazioni create da Papageno Woods e al termine della passeggiata si potrà seguire il laboratorio "Gnomo Attack".

L'escursione al Sentiero degli Gnomi dura 90 minuti, con ritrovo fissato alle ore 14:30 presso lo Iat in via Fiorentina, 38; il costo è di 10 euro a persona e quota speciale per le famiglie. Il laboratorio inizia invece alle 16 e dura circa un'ora, con ritrovo in piazza Ricasoli e un costo di 8 euro a persona.

Faenza

PRESTIGIOSI RICONOSCIMENTI

Vini faentini premiati a una rassegna internazionale

Vincono i prodotti della Sabbiona Più di ottomila etichette degustate nel corso degli ultimi dodici mesi

FAENZA

Ci sono ben due etichette dei colli faentini tra i vini che saranno premiati al Merano Wine Festival, evento internazionale tra i più esclusivi del mondo enologico in programma da domani al 12 novembre nella città altoatesina. Risultato di un attento lavoro di ricerca e selezione da parte di quattordici commissioni d'assaggio coordinate da Helmuth Köcher, la manifestazione, giunta quest'anno alla 33esima edizione, premia come di consueto le eccellenze wine, food, spirit e beer degustate durante l'anno. Più di ottomila i vini degustati nel corso degli ultimi

dodici mesi; tra questi a far breccia tra i nasi e i palati dei giudici ci sono anche la "Romagna Albana Docg Alba della Torre 2022" e il "Romagna Sangiovese Superiore Riserva "Mammutus 2021" della cantina La Sabbiona. La cantina faentina, a cui vigneti si trovano ai piedi della Torre di Oriolo, è stata selezionata anche per "Byo&Dinamica & more", salone di anteprima che domani darà spazio a 160 produttori italiani di vini biologici, biodinamici, Sgppi, equalitas, piwi, anfora e underwater. Tema centrale dell'edizione 2024 del Merano WineFestival è l'interrogativo "Quo wadis?", un quesito che riguarda tutti gli attori del set-



Mauro Altini di La Sabbiona

tore vitivinicolo, e più in generale agricolo, messi a dura prova da molteplici sfide quali la crisi climatica, la sostenibilità ambientale, il calo dei consumi, l'apertura a nuovi mercati internazionali e alle nuove generazioni di consumatori.

«Siamo molto felici per questo importante doppio riconoscimento - commenta il titolare della cantina La Sabbiona Mauro Altini - La Romagna e, in particolare, le colline faentine sono cresciute molto a livello qualitativo, coniugando tipicità e profilo moderno in bottiglie sempre più apprezzate dagli amanti del buon bere e da turisti che amano visitare il nostro splen-

dido territorio, dove tutto l'anno c'è una proposta interessante di eventi e occasioni di approfondimento enogastronomico».

La Romagna Albana Docg Alba della Torre 2022 è un'interpretazione classica del vitigno bianco simbolo di questa terra: a spiccati profumi floreali e fruttati che tendono alla pesca fa da contraltare un sorso pieno e succoso.

Il Romagna Sangiovese Superiore Riserva Mammutus 2021 è un vino di grande avvolgenza e complessità, che unisce profumi intensi di frutta rossa matura, ciliegie e spezie a un gusto persistente.

Giornalisti e foodblogger alla scoperta dei sapori e di luoghi sorprendenti

Promozione del territorio e itinerario enogastronomico nelle vallate del Faentino, del Forlivese e del Cesenate

FAENZA

Si sono fatti coccolare in alcuni dei locali più tipici e rinomati del territorio, hanno degustato vini, oli, formaggi che fanno parte del gustoso patrimonio dell'Appennino romagnolo, sono andati alla ricerca di tartufi con i lagotti.

E' stato davvero goloso l'itinerario dei giornalisti e dei food blogger che hanno partecipato nei giorni scorsi al press tour enoga-



I partecipanti al tour al Vulcanetto di Monte Busca, il vulcano più piccolo d'Europa

stronomico promosso da "Romagna autentica", il progetto di marketing territoriale lanciato nel 2024 dal Gruppo di azione locale

"L'altra Romagna" e da Visit Romagna con l'obiettivo di valorizzare da un punto di vista turistico le otto vallate distribuite fra il

Faentino, il Forlivese e il Cesenate. Fra le testate presenti ci sono "Identità golose", "Degusta", "Gustiamo" e il blog "Taste of Freedom". I piaceri della buona tavola non hanno impedito ai partecipanti di farsi sorprendere da alcuni dei luoghi più caratteristici e inconsueti di questo lembo dell'entroterra romagnolo.

Fra questi, sicuramente, in cima alla lista il Vulcanetto di Monte Busca, il vulcano più piccolo d'Europa.

Niente di meglio per saziare anche la fame di curiosità e di mete originali. Il press tour fa parte delle azioni previste dal progetto di marketing territoriale e promozione integrata del territorio a cura del Gal l'Altra Romagna e Visit Romagna denominato "Romagna autentica" che punta a potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal "L'altra Romagna", comprensive di 25 comuni e otto vallate, finanziato con i fondi del piano di sviluppo rurale.

Alla Festa della Montagna la guida alpina Hervé Barmasse

FAENZA

Parte la 57esima edizione della "Festa della Montagna" Uoei. Tradizionale appuntamento di autunno che porta il mondo della montagna in città attraverso incontri e di scalatori, campioni

degli sport invernali, giornalisti e scrittori. Da oggi a sabato sono due le sedi per le conferenze previste dalle 20.45 con ingresso libero. Oggi si comincia con la conferenza "Oltre l'orizzonte" al teatro Masini con sarà protagonista la guida alpina Hervé Bar-

masse, scalatore e divulgatore tra i più raffinati interpreti dell'alpinismo moderno, scrittore pluripremiato. L'alpinista valdostano muove agevolmente tra gli estremi spaziali e temporali: l'alpinismo classico e quello social, tradizione e innovazione, micro e macro, il Cervino e le montagne lontane, dalle Alpi alla Patagonia, dalla Cina, al Pakistan dove ha realizzato importanti ascensioni. Le successive due serate si svolgeranno

nell'aula magna della scuola Europa. Domani "150 anni del Museo Nazionale della Montagna", un dialogo a tre voci, esperienze e immagini con la direttrice Daniela Berta e i noti giornalisti di settore Luca Calzolari e Roberto Mantovani. A chiudere la serata racconterà la sua storia il giovane torinese Federico Tommasi, che tra gli 11 e i 13 anni, assieme alla guida alpina Matteo Faletti, ha salito il Monte Bianco e il Cervino.

FAENZA

Modifiche a viabilità in via Bondiolo

In occasione di una manifestazione domani, dalle 18 alle 24, verranno introdotte delle limitazioni al traffico in via Bondiolo. Nello specifico, sarà vietato il transito e la sosta con rimozione nell'area di parcheggio via Bondiolo lato Bologna; box di sosta da 70 metri in direzione Firenze dal civico 59 fino al civico 85 (eccetto gli ultimi 25 metri in direzione Firenze).

FAENZA

Lavori di pulizia di fossi stradali

Per lavori di pulizia dei fossi stradali sono previste modifiche alla viabilità. In particolare, in via Sant'Orsola (zona Graziola), tra piazzale Tambini e via Celle, fino a domani, dalle 7.30 alle 18, divieto di transito ad eccezione dei residenti, frontisti e mezzi di soccorso.

FAENZA

Modifiche alla viabilità in piazza Dante

Per lavori alla rete del gas, fino alle 18 di domani, in piazza Dante (Cavallerizza) tra il civico 1 e via Alberghi, disposti divieto di sosta con rimozione e divieto di transito.

FAENZA

Alimentazione giusta per i bambini

Il Centro per le Famiglie promuove un ciclo di incontri gratuiti rivolto ai genitori e bimbi 12-36 mesi, per approfondire l'alimentazione consapevole, in particolare la scelta e la preparazione di merende sane e gustose. In partenza oggi, iscrizione obbligatoria. Per info e iscrizioni: 0546 691871, whatsapp 331 1364177.

FAENZA

Iscrizioni aperte al 63° Premio Faenza

Fino al 17 dicembre sono aperte le candidature al 63° Premio Faenza- Biennale internazionale della ceramica d'arte contemporanea. Il Premio è tra i più importanti e longevi concorsi del settore. Nato nel 1938 ha visto la partecipazione di importanti artisti italiani e stranieri che lavorano con la ceramica.

FAENZA

Animazioni e giochi al centro Il Borgo

Per festeggiare i suoi 33 anni di attività il centro commerciale Il Borgo sabato a partire dalle 16 circa sarà animato da due racconti per grandi e piccini dai cantastorie Mr Nose e Madame Scrak. In giro per la galleria l'animatore Denis coinvolgerà con giochi e canzoni tutta la famiglia. Merenda e taglio della torta per brindare assieme al traguardo.

Alla scoperta dei sapori nella "Romagna Autentica"

Da Redazione - 25 Ottobre 2024



Il territorio della 'Romagna Autentica', che alle spalle della Riviera sale verso l'Appennino, svela i suoi sapori d'autunno organizzando un press tour dedicato alla stampa specializzata enogastronomica nelle sue otto vallate del Faentino, Forlivese e Cesenate.

Visit Romagna accompagna 5 giornalisti e blogger specializzati in una quattro giorni di full immersion in una terra sorprendente e ancora poco conosciuta per mostrare le sue eccellenze enogastronomiche che si annidano in ogni territorio rendendolo carico di esperienze autentiche.

Dal progetto di marketing territoriale condiviso con il Gal l'altra Romagna nasce questa azione di promozione: un racconto emozionale che vedrà il suo inizio dalle Terre del Rubicone fino alle Terre di Faenza.

Nella giornata di giovedì 24 ottobre il press tour ha accompagnato la stampa a Sogliano al Rubicone, nella visita alle fosse di stagionatura del Formaggio di Fossa Dop che sarà celebrato nel mese di novembre tra le vie del borgo fra assaggi e degustazioni. Tra tradizioni e usi i giornalisti sono stati coinvolti nella realizzazione della teglia di terracotta per la cottura della piadina nella vicina Montetiffi (foto). Lasciata la valle del Rubicone a Mercato Saraceno il racconto enogastronomico proseguirà sulle tracce del 'Famoso', un vitigno autoctono, riscoperto proprio in Altosavio e diventato uno dei bianchi più originali e apprezzati del territorio, insieme ai classici 'Albana' e Sangiovese', bandiere enologiche di tutta la Romagna.

Salendo in Alto Savio, a San Piero in Bagno, i giornalisti saranno deliziati da speciali piatti che valorizzano i produttori locali e le esperienze di ricerca ed innovazione in cucina fino alla scoperta di nuove produzioni come la birra artigianale nella Val Bidente a Civitella di Romagna.

Chiamati a cimentarsi in un laboratorio di Piadina Romagnola, prodotto certificato Igp, si avvicineranno poi alle tradizioni più tipiche della Romagna Toscana con un laboratorio di tortello alla lasta. Verrà mostrata la Romagna del recupero non solo delle tradizioni ma anche dei prodotti, lavorati secondo la filosofia "zero sprechi".

Forni, ristoranti, corti e aziende vitivinicole e laboratori saranno mostrati e vissuti in questo viaggio tra Dovadola e Portico dove vivranno un'esperienza tipicamente autunnale: la ricerca del pregiato tartufo in compagnia di una guida esperta, per poi degustarlo insieme alle creazioni dei giovani chef della vallata da Portico a Castrocaro con le proposte che giocano con l'essenza degli ingredienti e la forma dei ricordi per raccontare con semplicità il gusto del territorio.

L'ultimo giorno, domenica 27 ottobre, con un tuffo nella vallata del Senio il racconto porterà i giornalisti a conoscere la ricchezza dei sapori dell'Olio Evo di Faenza a Brisighella, prima Dop italiana di Extravergine coltivato in uno degli scenari più suggestivi della Romagna intera.

Il press tour fa parte delle azioni previste dal Progetto di marketing territoriale e promozione integrata del territorio a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna denominato **Romagna Autentica** che punta a potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal "L'altra Romagna", comprensive di 25 Comuni e otto vallate, finanziato con i fondi del piano di sviluppo rurale.

Redazione

CRONACA SOGLIANO AL RUBICONE

Full immersion nei sapori della 'Romagna autentica', il press tour è partito dalla Valle del Rubicone

Dal 24 al 27 ottobre un press tour fra otto vallate con esperienze enogastronomiche e a contatto con l'artigianato artistico



Redazione

26 ottobre 2024 08:00

[Attiva la lettura vocale](#)

Il territorio della 'Romagna Autentica', che alle spalle della Riviera sale verso l'Appennino, svela i suoi sapori d'autunno organizzando un press tour dedicato alla stampa specializzata enogastronomica nelle sue otto vallate del Faentino, Forlivese e Cesenate. Visit Romagna accompagna cinque giornalisti e blogger specializzati in una quattro giorni di full immersion in una terra sorprendente e ancora poco conosciuta per mostrare le sue eccellenze enogastronomiche che si annidano in ogni territorio rendendolo carico di esperienze autentiche.

Dal progetto di marketing territoriale condiviso con il Gal l'altra Romagna nasce questa azione di promozione: un racconto emozionale che vedrà il suo inizio dalle Terre del Rubicone fino alle Terre di Faenza.

Nella giornata di giovedì 24 ottobre il press tour ha accompagnato la stampa a Sogliano al Rubicone, nella visita alle fosse di stagionatura del Formaggio di Fossa Dop che sarà celebrato nel mese di novembre tra le vie del borgo fra assaggi e degustazioni. Tra tradizioni e usi i giornalisti sono stati coinvolti nella realizzazione della teglia di terracotta per la cottura della piadina nella vicina Montetiffi. Lasciata la valle del Rubicone a Mercato Saraceno il racconto enogastronomico proseguirà sulle tracce del 'Famoso', un vitigno autoctono, riscoperto proprio in Altosavio e diventato uno dei bianchi più originali e apprezzati del territorio, insieme ai classici 'Albana' e 'Sangiovese', bandiere enologiche di tutta la Romagna.

CesenaToday è in caricamento

Salendo in Alto Savio, a San Piero in Bagno, i giornalisti saranno deliziati da speciali piatti che valorizzano i produttori locali e le esperienze di ricerca ed innovazione in cucina fino alla scoperta di nuove produzioni come la birra artigianale nella Val Bidente a Civitella di Romagna.

Chiamati a cimentarsi in un laboratorio di Piadina Romagnola, prodotto certificato Igp, si avvicineranno poi alle tradizioni più tipiche della Romagna Toscana con un laboratorio di tortello alla lasta. Verrà mostrata la Romagna del recupero non solo delle tradizioni ma anche dei prodotti, lavorati secondo la filosofia “zero sprechi”.

Il press tour fa parte delle azioni previste dal Progetto di marketing territoriale e promozione integrata del territorio a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna denominato Romagna Autentica che punta a potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal “L'altra Romagna”, comprensive di 25 Comuni e otto vallate, finanziato con i fondi del piano di sviluppo rurale.

© Riproduzione riservata

Faenza

MALVIVENTI IN AZIONE NEL BRISIGHELLESE

Furto in una casa a Fognano poi la fuga lungo i binari

Scossa la popolazione per un tipo di crimine non molto diffuso nella vallata Dal Comune e dai carabinieri diramate alcune buone norme di prevenzione

BRISIGHELLA
FRANCESCO DONATI

Un furto in un'abitazione, pochi giorni fa, ha suscitato non poco scalpore e preoccupazione tra i residenti di Fognano, dove è avvenuto, e tra quelli della valle del Lamone in generale.

L'episodio ha particolarmente scosso la popolazione perché si tratta di una tipologia di crimine per fortuna poco diffusa in una vallata che, per motivi di viabilità e di accesso, rende complicata la fuga ai malviventi.

Infatti sono poche le strade a disposizione per raggiungere le vie di grande comunicazione e per percorrerle è necessario un lasso di tempo che può consentire alle forze dell'ordine di intercettare lungo i tragitti eventuali persone sospette.

Nello specifico però il furto è avvenuto intorno alle 19.30 e la via utilizzata dai malviventi per allontanarsi sarebbe stata la ferrovia Faentina. I binari scorrono infatti anche vicini alle abitazioni, ma lontani da occhi vigili e possono diventare, sebbene sia vietato accedervi, un "corridoio" alternativo per allontanarsi indisturbati dal teatro del crimine.

Levento ha spinto l'assessore Dario Laghi a diramare alcune buone norme di prevenzione, alle quali si sono aggiunte quelle dei carabinieri valide ovunque per questo tipo di reati.

Laghi ha sottolineato l'importanza di chiudere sempre la porta di ingresso alla casa, meglio se blindata, di munirsi di dispositivi antifurto (allarmi e telecamere), ma anche di creare una rete di controllo di vicinato scambiandosi i numeri di telefono e segnalando movimenti sospetti. Il ruolo attivo dei residenti insomma può fare la differenza.

Il Comune collinare dal canto suo ha diffuso una serie di consigli dei carabinieri al fine di contrastare tali eventi. Fra questi: non aprire mai se non si è sicuri di chi c'è alla porta, curare personalmente la duplicazione di chiavi, da custodire senza etichette di riferimento ad indirizzi, perché in caso di perdita possono finire nelle mani sbagliate.

Come pure non andrebbero nascoste fuori all'aperto. Importanti, per chi abita ai piani bassi, sono le grate alle finestre. Evitare di comunicare gli spostamenti, anche attraverso i social. Può servire una buona illuminazione e lasciare accese le luci in casa quan-



Diffusi consigli su come contrastare questi eventi criminali. FOTO GENERICA D'ARCHIVIO

do si esce con il buio. Dentro gli appartamenti i primi posti esaminati dai ladri, in caso di furto, sono gli armadi, i cassetti, i vestiti, l'interno dei vasi, i quadri, i letti e sotto i tappeti. E' bene custodire fotografie di oggetti di valore e documenti importanti, da produrre in una eventuale denuncia e facilitando la consegna in caso di recupero della refurtiva.

Fare attenzione ad eventua-

li manomissioni di serrature e nel caso di porte trovate aperte o manipolate non entrare in casa, ma chiamare il 112.

«I consigli - spiegano nello specifico i carabinieri - non vogliono creare allarmismi, ma generare la consapevolezza che tali eventi possono accadere ed è quindi necessario che ognuno metta in atto giuste misure preventive».

Influencer delle due ruote in viaggio per raccontare le eccellenze del Faentino

Tra le tappe il crossodromo di Monte Coralli a Faenza, la Valle dei Gessi toccando Riolo Terme e Brisighella

FAENZA

La "Romagna Autentica" si può scoprire in tanti modi diversi. E così, dopo aver "preso per la gola" giornalisti specializzati e food blogger che hanno partecipato, la settimana scorsa, a un press tour incentrato sull'enogastronomia, in questi giorni sono in mostra i lati più avventurosi ed i panorami più mozzafiato delle otto valli del Faentino, Cesenate e Forlivese con un secondo press tour dedicato, questa volta, al turismo in motocicletta. Ospiti alcuni influencer delle due ruote che

in sella alle loro moto stanno percorrendo il territorio accompagnati da guide, visitando i luoghi d'eccellenza, i panorami più caratteristici, i punti più inconsueti e curiosi, gli itinerari più suggestivi. Obiettivo: metterli nelle condizioni di raccontare le bellezze, le peculiarità, le esperienze più emozionanti che si possono sperimentare in questa fetta di Romagna che - non va dimenticato - è da sempre "la terra di motori".

Molte le tappe di questo viaggio rombante, partito da Faenza. Una scelta non casuale, visto che ha offerto l'opportunità di sperimentare il crossodromo 04 Park di Monte Coralli, un nuovo punto di riferimento per tutti gli amanti della moto e del fuoristrada. Da qui la ca-



Una delle tappe del tour

rovana ha proseguito verso la suggestiva Valle dei Gessi toccando Riolo Terme e poi Brisighella: oltre a visitare l'incantevole centro storico, immanicabile una degustazione di olio extravergine prodotto qui, il primo in Italia ad ottenere la

Denominazione di origine protetta. Il viaggio continua verso Modigliana e Tredozio, senza dimenticare un'incursione al Vulcanetto di Monte Busca, il vulcano più piccolo d'Europa, e il passaggio su due antichi e suggestivi ponti a schiena d'asino: il Ponte della Maestà a Portico di Romagna e il Ponte della Brusia a San Benedetto in Alpe.

Irrinunciabile, poi, il transito dal Passo del Muraglione, per poi tornare dal Valico dei Tre Faggi verso Premilcuore per giungere a Predappio e a Fiumana. Poi tappe anche a Santa Sofia, diga di Ridracoli, Passo della Calla, Passo dei Mandrioli, Bagno di Romagna. L'ultimo giorno è dedicato alle valli del Savio e del Rubicone.

Il press tour in motocicletta, come il precedente dedicato all'enogastronomia, fa parte delle azioni previste dal Progetto di marketing territoriale e promozione integrata del territorio a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna denominato "Romagna Autentica" che punta a potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne.

CASTEL BOLOGNESE

Giro podistico Serra Divieti di transito

In occasione del 52° Giro podistico della Serra, in programma oggi, si comunicano la sospensione temporanea della circolazione e il divieto di transito, dalle 9:30 sino a cessate esigenze, limitatamente al tempo strettamente necessario al transito dei concorrenti in gara. Le modifiche alla viabilità riguardano: piazza Bernardi, via Garavini, piazzale Brunelli, via Giovanni XXIII, via Emiliani, via Ghinotta.

BRISIGHELLA

Giorno dei defunti e unità nazionale

Per la commemorazione dei defunti, oggi pomeriggio alle 15:30 si terrà la messa alla Pieve di Tho in presenza delle autorità locali. Lunedì omaggio ai caduti con la tradizionale deposizione delle corone: alle 10:30 al Monumento ai Caduti di Fognano, alle 11 commemorazione al Monumento ai Caduti di Brisighella.

FAENZA

Visite e mostre al Museo di Scienze Naturali

Al Museo Civico di Scienze Naturali Malmerendi i sabati e le domeniche dalle 15 alle 18 visite alle collezioni e alle mostre temporanee. Per ulteriori informazioni: 338 1600208.

BRISIGHELLA

Ricamo e arti femminili Mostra e premiazione

L'associazione "La tua mano per la pace - Amici di padre Querzani" promotrice del "23° concorso di ricamo e arti femminili" ha organizzato la mostra degli elaborati visitabile all'ex Albergo Gigolè in piazza Carducci: resterà aperta tutti i fine settimana e festivi, fino alla fine del mese di dicembre. Il ricavato dalle vendite sarà devoluto in beneficenza alla Scuola di taglio e cucito di Bukavu in Congo.

FAENZA

Museo Torricelliano visite guidate

Il Museo Torricelliano propone tutti i sabati dalle 9.30 alle 12.30 o su prenotazione al 349 5848423 visite guidate alle collezioni del museo.

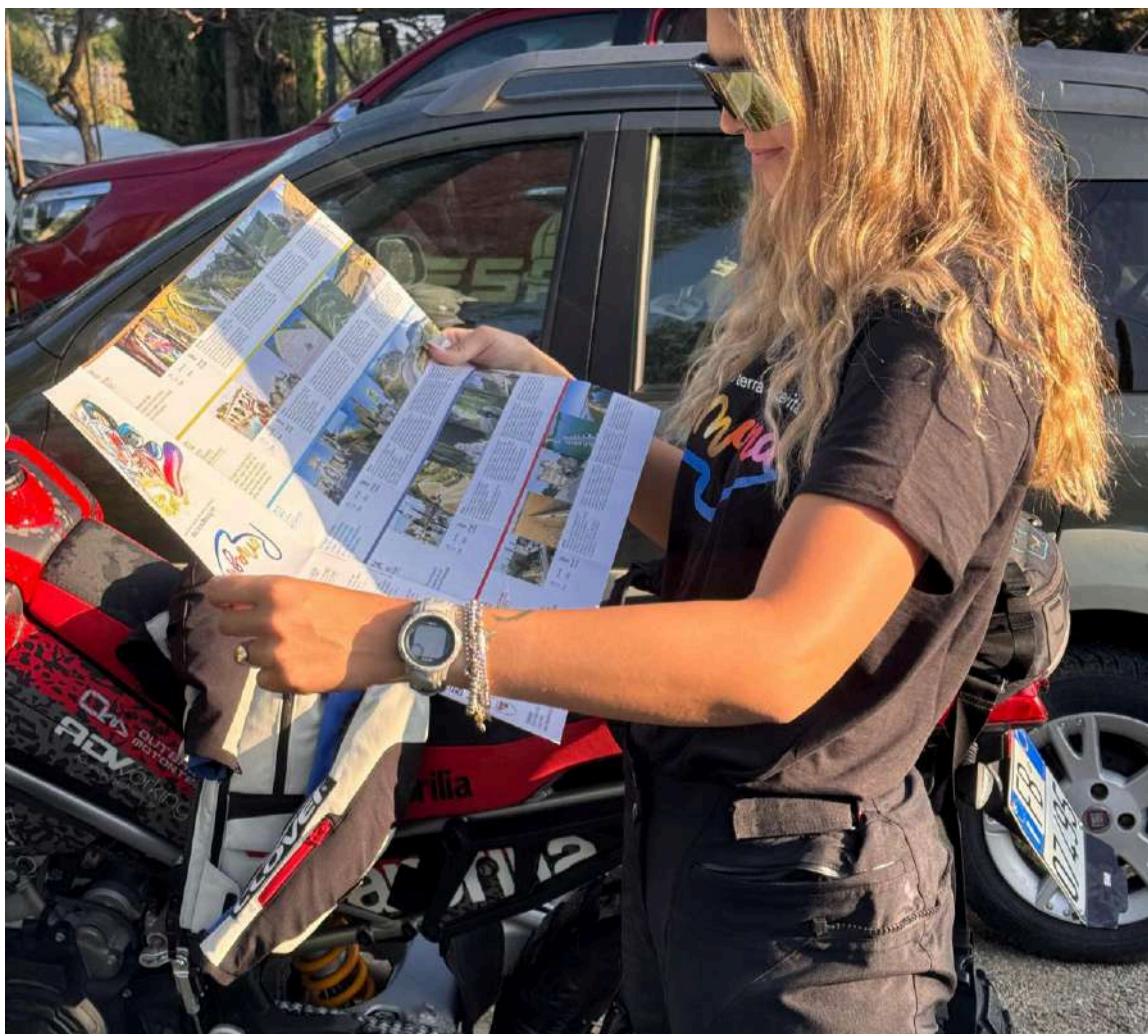
FAENZA

Giocare con la musica alla Manfrediana

Giovedì 28 novembre un altro appuntamento con "Tam Tam Bum, Musica per giocare con la musica" insieme a Teresa Maria Federici. Ore 16.45 fascia 0-12 mesi, ore 17.45 fascia 1-3 anni Evento a numero chiuso, obbligatoria la prenotazione alla mail manfrediana.ragazzi@romagnafaentina.it

SESTOPOTERE.COM

Online dal 1999

[Home](#) » [Emilia-Romagna](#) » [Turismo e natura, influencer delle due ruote in viaggio lungo le vallate...](#)[Emilia-Romagna](#) [Forlì - Cesena](#) [Ravenna](#) [Top News](#)

Turismo e natura, influencer delle due ruote in viaggio lungo le vallate del Faentino, del Forlivese e del Cesenate

31 Ottobre 2024

(Sesto Potere) – Faenza/Modigliana- 31 ottobre 2024 – La "Romagna Autentica" si può scoprire davvero in tanti modi diversi.

E così, dopo aver 'preso per la gola' giornalisti specializzati e food blogger che hanno partecipato, la settimana scorsa, a un press tour incentrato sull'enogastronomia, in questi giorni saranno in mostra i lati più avventurosi ed i panorami più mozzafiato delle otto valli del Cesenate, Forlivese e Faentino, con un secondo press tour dedicato, questa volta, al turismo in motocicletta.

Ospiti alcuni influencer delle due ruote che, dal 29 ottobre al 1 novembre, in sella alle loro moto stanno percorrendo il territorio accompagnati da guide, visitando i luoghi d'eccellenza, i panorami più caratteristici, i punti più inconsueti e curiosi, gli itinerari più suggestivi.



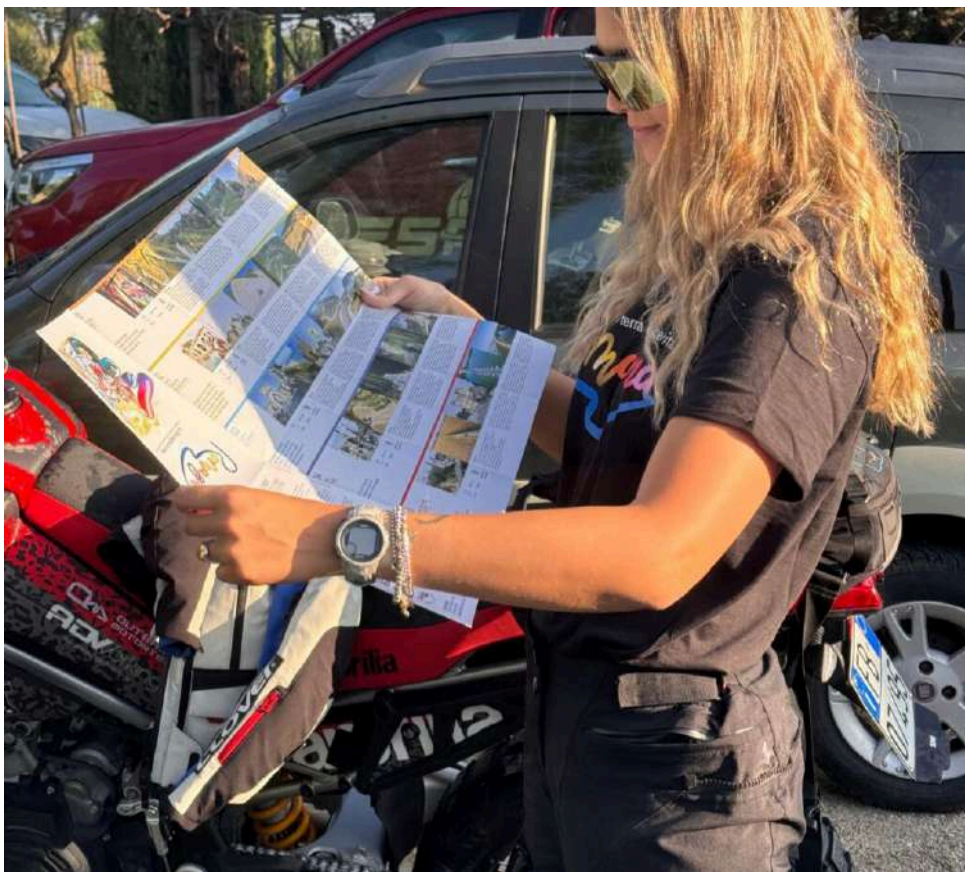
Obiettivo: metterli nelle condizioni di raccontare le bellezze, le peculiarità, le esperienze più emozionanti che si possono sperimentare in questa fetta di Romagna che – non va dimenticato – è da sempre 'la terra di mutor'.

Molte le tappe di questo viaggio rombante, partito da Faenza. Una scelta non casuale, visto che ha offerto l'opportunità di sperimentare il crossodromo 04 Park di Monte Coralli, un nuovo punto di riferimento per tutti gli amanti della moto e del fuoristrada. Da qui la carovana ha proseguito verso la suggestiva Valle dei Gessi toccando Riolo Terme e poi Brisighella: oltre a visitare l'incantevole centro storico, immancabile una degustazione di olio extravergine prodotto qui, il primo in Italia ad ottenere la Denominazione di Origine Protetta.

Il viaggio continua verso Modigliana e Tredozio, senza dimenticare un'incursione al Vulcanetto di Monte Busca, il vulcano più piccolo d'Europa, e il passaggio su due antichi e suggestivi ponti a schiena d'asino: il Ponte della Maestà a Portico di Romagna e il Ponte della Brusia a San Benedetto in Alpe.

Irrinunciabile, poi, il transito dal Passo del Muraglione, ben conosciuto da ogni motociclista, per poi tornare dal Valico dei Tre Faggi verso Premilcuore per giungere a Predappio e a Fiumana tra filari di vite e cantine odorose.

Il 31 ottobre l'itinerario prosegue verso Santa Sofia attraverso il passo di Rocca delle Caminate, per arrivare all'imponente diga di Ridracoli: qui d'obbligo una visita a Idro Ecomuseo delle Acque.



E poi via, fra salite e tornanti, fino al Passo della Calla, per poi giungere al Passo dei Mandrioli scendendo su Bagno di Romagna per una rilassante sosta termale in una rinomata SPA, con acque dalle proprietà curative note fin dai tempi dell'antica Roma.

L'ultimo giorno è dedicato alle valli del Savio e del Rubicone: prima Sarsina, patria di Plauto e di San Vicinio, con il suo bel Museo archeologico e poi Mercato Saraceno per affrontare la mitica salita del Barbotto, ben conosciuta dai ciclisti ma anche percorso ben noto ai motociclisti.

Traguardo conclusivo Sogliano, nell'alta valle del Rubicone, con degustazione del prelibato formaggio di fossa, appena uscito dal 'letargo' sotterraneo.

Il press tour in motocicletta, come il precedente dedicato all'enogastronomia, fa parte delle azioni previste dal Progetto di marketing territoriale e promozione integrata del territorio a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna denominato Romagna Autentica che punta a potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal "L'Altra Romagna", comprensive di 25 Comuni e otto vallate, finanziato con i fondi del piano di sviluppo rurale.



Encoder incrementali SICK

Design compatto

RS IT

Encoder incrementali SICK

Design cor

Leggilo in 3 minuti

Influencer delle due ruote nelle vallate per raccontare le eccellenze della Romagna Autentica

Modigliana Portico e San Benedetto Predappio Santa Sofia Tr



Ultimo aggiornamento: 31 ott 2024

La "Romagna Autentica" si può scoprire davvero in tanti modi diversi. E così, dopo aver 'preso per la gola' giornalisti specializzati, la settimana scorsa, a un press tour incentrato sull'enogastronomia, in questi giorni saranno in mostra i lati panorami più mozzafiato delle otto valli del Cesenate, **Forlivese** e Faentino, con un secondo press tour dedicato, questa volta, motocicletta.

Opiti alcuni influencer delle due ruote che, dal **29 ottobre al 1 novembre**, in sella alle loro moto stanno percorrendo il territorio, visitando i luoghi d'eccellenza, i panorami più caratteristici, i punti più inconsueti e curiosi, gli itinerari più suggestivi. Ob condizioni di raccontare le bellezze, le peculiarità, le esperienze più emozionanti che si possono sperimentare in questa fetta di va dimenticato - è da sempre 'la terra di mutor'.

Molte le tappe di questo viaggio rombante, partito da Faenza. Una scelta non casuale, visto che ha offerto l'opportunità di sperimentare il crossodromo 04 Park di Monte Coralli, un nuovo punto di riferimento per tutti gli amanti della moto e del fuoristrada. Da qui la proseguito verso la suggestiva Valle dei Gessi toccando Riolo Terme e poi Brisighella: oltre a visitare l'incantevole centro storico degustazione di olio extravergine prodotto qui, il primo in Italia ad ottenere la Denominazione di Origine Protetta.

Il viaggio continua verso **Modigliana** e **Tredozio**, senza dimenticare un'incursione al "Vulcanetto" di Monte Busca, e il passaggio suggestivi ponti a schiena d'asino: il Ponte della Maestà a **Portico di Romagna** e il Ponte della Brusia a **San Benedetto in Al** poi, il transito dal Passo del Muraglione, ben conosciuto da ogni motociclista, per poi tornare dal Valico dei Tre Faggi verso Prem a **Predappio** e a Fiumana tra filari di vite e cantine odorose.

Il 31 ottobre l'itinerario prosegue verso **Santa Sofia** attraverso il passo di Rocca delle Caminate, per arrivare all'imponente diga d'obbligo una visita a Idro Ecomuseo delle Acque. E poi via, fra salite e tornanti, fino al Passo della Calla, per poi giungere al Pa scendendo su Bagno di Romagna per una rilassante sosta termale in una rinomata SPA, con acque dalle proprietà curative note dell'antica Roma.

L'ultimo giorno è dedicato alle valli del Savio e del Rubicone: prima Sarsina, patria di Plauto e di San Vicinio, con il suo bel Museo Mercato Saraceno per affrontare la mitica salita del Barbotto, ben conosciuta dai ciclisti ma anche percorso ben noto ai motocic



Il press tour in motocicletta, come il precedente dedicato all'enogastronomia, fa parte delle azioni previste dal Progetto di mark promozione integrata del territorio a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna denominato Romagna Autentica che punta a turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal "L'altra Romagna", comprensive di 25 Comuni e otto vallate, del piano di sviluppo rurale.

Condividi



L'autore



Staff 4live

Lo Staff comprende tutti i membri di 4live. Attivo fin dalla nascita di 4live (01.07.2011) ha lo scopo di comunicare tutte le informazioni e novità rela

Leggi anche:



Turroni: «Morrone eviti le polemiche e telefoni a Salvini per costruire il ponte di Castronchini»



Cheli: «Cosa si nasconde veramente dietro il loro no alle pale eoliche?»



Dardi: «Ribadiamo il nostro esplicito no al progetto del Parco Eolico»

Influencer in viaggio tra le valli romagnole: quattro giorni di avventure sulle due ruote

Giovedì 31 Ottobre 2024



La “Romagna Autentica” si svela in molteplici sfaccettature e, dopo aver condiviso un press tour enogastronomico di giornalisti e food blogger, è ora la volta di esplorare le bellezze avventurose delle otto valli del Cesenate, Forlivese e Faentino. **Dal 29 ottobre al 1° novembre**, infatti, un gruppo di **influencer delle due ruote** è in sella alle moto, accompagnato da guide esperte, per scoprire luoghi di eccellenza e panorami suggestivi in un secondo press tour dedicato al turismo motociclistico.

Il viaggio è partito da **Faenza**, scelta non casuale, in quanto ospita il crossodromo 04 Park di Monte Coralli, un nuovo punto di riferimento per gli appassionati di motociclismo e fuoristrada. Da qui, la carovana ha proseguito verso la Valle dei Gessi, toccando **Riolo Terme e Brisighella**, con la visita del centro storico e la degustazione dell’olio extravergine, primo in Italia a ottenere la Denominazione di Origine Protetta.

Il percorso ha incluso tappe a **Modigliana e Tredozio**, con un’incursione al **Vulcanetto di Monte Busca**, il vulcano più piccolo d’Europa, e attraversamenti su due antichi ponti a schiena d’asino: il Ponte della Maestà a **Portico di Romagna** e il Ponte della Brusia a **San Benedetto in Alpe**. Non è mancato il passaggio dal noto **Passo del Muraglione**, prima

di dirigersi verso Premilcuore e Predappio, tra filari di vite e cantine profumate.

Il 31 ottobre, l'itinerario ha portato gli influencer a **Santa Sofia**, passando per il passo di **Rocca delle Caminate**, fino all'imponente diga di **Ridracoli**, con visita all'Idro Ecomuseo delle Acque. Dopo un'avventura tra salite e tornanti, il gruppo ha raggiunto il **Passo della Calla** e il **Passo dei Mandrioli**, scendendo su **Bagno di Romagna** per una sosta termale in una rinomata SPA, nota sin dall'antica Roma per le sue acque curative.

L'ultimo giorno del tour è dedicato alle valli del Savio e del Rubicone. La prima tappa è **Sarsina**, patria di Plauto e di San Vicinio, con il suo Museo archeologico. Si prosegue verso **Mercato Saraceno** per affrontare la mitica salita del Barbotto, ben conosciuta da ciclisti e motociclisti. La conclusione del viaggio avviene a **Sogliano**, nell'alta valle del Rubicone, con una degustazione del prelibato formaggio di fossa, appena uscito dal 'letargo' sotterraneo.

Questo press tour motociclistico, come quello dedicato all'enogastronomia, è parte delle azioni previste dal Progetto di marketing territoriale e promozione integrata del territorio, a cura del **Gal L'Altra Romagna** e **Visit Romagna**, e mira a valorizzare turisticamente le aree interne di competenza del Gal, comprendenti 25 comuni e otto vallate, finanziato con fondi del piano di sviluppo rurale.

FORLÌTODAY

TURISMO / MODIGLIANA

Anche un 'blitz' al vulcano più piccolo d'Europa: influencer delle due ruote alla scoperta del territorio forlivese

Il press tour in motocicletta, come il precedente dedicato all'enogastronomia, fa parte delle azioni previste dal Progetto di marketing territoriale e promozione integrata del territorio a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna



Redazione

31 ottobre 2024 10:07



Tappa a Modigliana

[Attiva la lettura vocale](#)

La “Romagna Autentica” si può scoprire davvero in tanti modi diversi. E così, dopo aver ‘preso per la gola’ giornalisti specializzati e food blogger che hanno partecipato ad un press tour incentrato sull’enogastronomia, in questi giorni saranno in mostra i lati più avventurosi ed i panorami più mozzafiato delle otto valli del Cesenate, Forlivese e Faentino, con un secondo press tour dedicato, questa volta, al turismo in motocicletta.

Leggi le notizie di ForlìToday su WhatsApp: iscriviti al canale

Ospiti alcuni influencer delle due ruote che, da martedì scorso fino a venerdì, in sella alle loro moto stanno percorrendo il territorio accompagnati da guide, visitando i luoghi d’eccellenza, i panorami più caratteristici, i punti più inconsueti e curiosi, gli itinerari più suggestivi. Obiettivo: metterli nelle condizioni di raccontare le bellezze, le peculiarità, le esperienze più emozionanti che si possono sperimentare in questa fetta di Romagna che – non va dimenticato – è da sempre ‘la terra di mutor’.

Molte le tappe di questo viaggio rombante, partito da Faenza. Una scelta non casuale, visto che ha offerto l'opportunità di sperimentare il crossodromo 04 Park di Monte Coralli, un nuovo punto di riferimento per tutti gli amanti della moto e del fuoristrada. Da qui la carovana ha proseguito verso la suggestiva Valle dei Gessi toccando Riolo Terme e poi Brisighella: oltre a visitare l'incantevole centro storico, immancabile una degustazione di olio extravergine prodotto qui, il primo in Italia ad ottenere la Denominazione di Origine Protetta.

Il viaggio continua verso Modigliana e Tredozio, senza dimenticare un'incursione al Vulcanetto di Monte Busca, il vulcano più piccolo d'Europa, e il passaggio su due antichi e suggestivi ponti a schiena d'asino: il Ponte della Maestà a Portico di Romagna e il Ponte della Brusia a San Benedetto in Alpe. Irrrinunciabile, poi, il transito dal Passo del Muraglione, ben conosciuto da ogni motociclista, per poi tornare dal Valico dei Tre Faggi verso Premilcuore per giungere a Predappio e a Fiumana tra filari di vite e cantine odorose.

Giovedì l'itinerario è proseguito verso Santa Sofia attraverso il passo di Rocca delle Caminate, per arrivare all'imponente diga di Ridracoli: qui d'obbligo una visita a Idro Ecomuseo delle Acque. E poi via, fra salite e tornanti, fino al Passo della Calla, per poi giungere al Passo dei Mandrioli scendendo su Bagno di Romagna per una rilassante sosta termale in una spa, con acque dalle proprietà curative note fin dai tempi dell'antica Roma.

L'ultimo giorno è dedicato alle valli del Savio e del Rubicone: prima Sarsina, patria di Plauto e di San Vicinio, con il suo bel Museo archeologico e poi Mercato Saraceno per affrontare la mitica salita del Barbotto, ben conosciuta dai ciclisti ma anche percorso ben noto ai motociclisti. Traguardo conclusivo Sogliano, nell'alta valle del Rubicone, con degustazione del prelibato formaggio di fossa, appena uscito dal 'letargo' sotterraneo.

Il press tour in motocicletta, come il precedente dedicato all'enogastronomia, fa parte delle azioni previste dal Progetto di marketing territoriale e promozione integrata del territorio a cura del Gal L'Altra Romagna e Visit Romagna denominato Romagna Autentica che punta a potenziare in chiave turistica la valorizzazione delle aree interne di competenza del Gal "L'altra Romagna", comprensive di 25 Comuni e otto vallate, finanziato con i fondi del piano di sviluppo rurale.

© Riproduzione riservata

Influencer in viaggio tra le valli romagnole: quattro giorni di avventure sulle due ruote

Giovedì 31 Ottobre 2024



La “Romagna Autentica” si svela in molteplici sfaccettature e, dopo aver condiviso un press tour enogastronomico di giornalisti e food blogger, è ora la volta di esplorare le bellezze avventurose delle otto valli del Cesenate, Forlivese e Faentino. **Dal 29 ottobre al 1° novembre**, infatti, un gruppo di **influencer delle due ruote** è in sella alle moto, accompagnato da guide esperte, per scoprire luoghi di eccellenza e panorami suggestivi in un secondo press tour dedicato al turismo motociclistico.

Il viaggio è partito da **Faenza**, scelta non casuale, in quanto ospita il crossodromo 04 Park di Monte Coralli, un nuovo punto di riferimento per gli appassionati di motociclismo e fuoristrada. Da qui, la carovana ha proseguito verso la Valle dei Gessi, toccando **Riolo Terme e Brisighella**, con la visita del centro storico e la degustazione dell’olio extravergine, primo in Italia a ottenere la Denominazione di Origine Protetta.

Il percorso ha incluso tappe a **Modigliana e Tredozio**, con un’incursione al **Vulcanetto di Monte Busca**, il vulcano più piccolo d’Europa, e attraversamenti su due antichi ponti a schiena d’asino: il Ponte della Maestà a **Portico di Romagna** e il Ponte della Brusia a **San Benedetto in Alpe**. Non è mancato il passaggio dal noto **Passo del Muraglione**, prima di dirigersi verso Premilcuore e Predappio, tra filari di vite e cantine profumate.

Il 31 ottobre, l'itinerario ha portato gli influencer a **Santa Sofia**, passando per il passo di **Rocca delle Caminate**, fino all'imponente diga di **Ridracoli**, con visita all'Idro Ecomuseo delle Acque. Dopo un'avventura tra salite e tornanti, il gruppo ha raggiunto il **Passo della Calla** e il **Passo dei Mandrioli**, scendendo su **Bagno di Romagna** per una sosta termale in una rinomata SPA, nota sin dall'antica Roma per le sue acque curative.

L'ultimo giorno del tour è dedicato alle valli del Savio e del Rubicone. La prima tappa è **Sarsina**, patria di Plauto e di San Vicinio, con il suo Museo archeologico. Si prosegue verso **Mercato Saraceno** per affrontare la mitica salita del Barbotto, ben conosciuta da ciclisti e motociclisti. La conclusione del viaggio avviene a **Sogliano**, nell'alta valle del Rubicone, con una degustazione del prelibato formaggio di fossa, appena uscito dal 'letargo' sotterraneo.

Questo press tour motociclistico, come quello dedicato all'enogastronomia, è parte delle azioni previste dal Progetto di marketing territoriale e promozione integrata del territorio, a cura del **Gal L'Altra Romagna** e **Visit Romagna**, e mira a valorizzare turisticamente le aree interne di competenza del Gal, comprendenti 25 comuni e otto vallate, finanziato con fondi del piano di sviluppo rurale.



VALLE SAVIO



SARSINA

La chiesa del Mangano riapre dopo il restauro e diventa un bivacco

Domani mattina un trekking e il taglio del nastro
Il recupero grazie a un finanziamento di 150mila euro

SARSINA

GIORGIA CANALI

Inaugura domani mattina con un trekking organizzato dai giovani della Bcc di Sarsina il nuovo rifugio nella chiesa del Mangano. La chiesetta che ormai era ridotta a un rudere ora è pronta ad iniziare un nuovo capitolo della sua esistenza come bivacco e ad accogliere pellegrini e camminatori.

Di proprietà del demanio forestale regionale è stata restaurata grazie ai fondi messi a bando nell'ambito della misura 8.5.01 del piano di sviluppo rurale 2014-2020. La misura è dedicata a investimenti diretti ad accrescere la resilienza ed il pregio ambientale degli ecosistemi forestali. «Sono fondi spesso usati per migliorare la rete dei sentieri - spiega Simone Bartolomei che oltre ad essere consigliere comunale a Sarsina e dell'unione Valle Savio è anche membro del comitato demaniale - in questo caso però abbiamo pensato a un progetto che fosse a servizio della rete sentieristica esistente».

L'investimento complessivo per il recupero della chiesina è stato di 150mila euro e la realizzazione del progetto di recupero è stata possibile grazie alla «bella collaborazione» tra l'Unione Forlivese e l'Unione Valle Savio. La prima è l'effettivo ente gestore del demanio forestale, ed è per questo che a candidare il progetto di restauro al bando è stata l'Unione Forlivese. Il territorio su cui sorge effettivamente la chiesa è invece parte dell'Unione Valle Savio ed è stata quest'ultima, grazie a



Il rifugio chiesa del Mangano appena restaurato

una convenzione ad hoc, a seguire la realizzazione dei lavori, «L'Unione Valle Savio ha dato anche un importante e non scontato supporto nella fase della progettazione», aggiunge Bartolomei. I lavori, durati circa 4 mesi, sono stati realizzati dalla Clas, società cooperativa di Bagno di Romagna.

«Quella del Mangano - racconta Bartolomei - è una delle chiesette ubicate in aree rurali remote, attorno non ha mai avuto un vero nucleo abitativo, ma in passato erano abbastanza frequenti». Ormai era diventata un rudere ma a renderla interessante è anche il fatto che «sorge in una zona piuttosto panoramica e a ridosso del crocevia di una rete sentieristica e a poca distanza da uno dei sentieri del Cammino di San Vicinio. È una zona molto frequentata da camminatori ed escursionisti in mountain bike». È questa sua collocazione particolare ad aver dato lo spunto al progetto per tra-

sformarla in un bivacco: «Risalendo dall'abitato di Sarsina verso Careste, si incontrano il bivacco del Castellaccio, la chiesa Badia di Montalto, che in realtà non è un vero e proprio bivacco ma all'occorrenza, accordandosi con l'associazione che la gestisce può avere anche quella funzione, e ora si aggiunge la chiesa del Mangano». La nuova struttura, spiega Bartolomei, «funzionerà a tutti gli effetti come un bivacco e sarà sempre aperta per escursionisti e camminatori».

Per l'evento di inaugurazione l'appuntamento è per domani mattina: alle 8.30 il ritrovo in piazza Plauto a Sarsina, alle 9 parte il trekking organizzato dal gruppo giovani della Bcc di Sarsina, alle 12 è previsto il taglio del nastro e la benedizione, a seguire ci sarà un pranzo a buffet preparato dalla Pro Loco di Sarsina, per poi rientrare alle 16 in piazza Plauto.



Il gruppo che ha partecipato al press tour in moto

Giornalisti e blogger alla scoperta dei Percorsi del Savio

Due i tour organizzati:
uno dedicato
all'enogastronomia
l'altro alle moto

VALLE SAVIO

Da fuori regione per scoprire i Percorsi del Savio. Giornalisti, blogger e influencer per due fine settimana si sono dedicati alle bellezze paesaggistiche e territoriali della Romagna interna, collinare e montana approdando in ben otto vallate: del Rubicone, Savio, Bidente, Rabbi, Montone, Tramazzo, Lamone e Senio. L'iniziativa di promozione è stata organizzata da Visit Romagna e dal Gal L'Altra Romagna, nell'ambito del progetto di marketing territoriale Romagna Autentica.

Il primo dei due tour si è tenuto dal 24 al 27 ottobre, e l'attenzione si è concentrata sugli aspetti enogastronomici tipici del territorio. Cinque i giornalisti coinvolti lungo le rotte più golose, per quattro importanti testate del settore: «Identità Golose», «Degusta», «Gustiamo», più il food blog «Taste of Freedom». Quattro le giornate alla ricerca di sapori e squisitezze del territorio. Il venerdì il gruppo di visitatori ha fatto alla Tenuta Casali di Mercato Saraceno, Città del Vino, per una degustazione

dei vini ottenuti da vitigni quali Albana, Sangiovese e l'autoctono Famoso. Dopo una veloce visita al centro storico di Sarsina, il gruppo ha pranzato al ristorante stellato Da Gorini a San Piero in Bagno.

Il secondo press tour è stato dedicato alle motociclette: due influencer in sella, insieme alle guide, hanno visitato, tra il 29 ottobre e il 1° novembre, i luoghi d'eccellenza, i panorami, le curiosità, i passi e le strade più suggestive del territorio. A loro è stato affidato il compito di raccontare le bellezze del territorio, conosciuto in sella, sui propri social. Giovedì 31 ottobre, dopo una visita a Idro Ecomuseo delle Acque di Ridracoli, già nel territorio di Bagno di Romagna, e un giro dalla Campagna al Passo della Calla, il gruppo è arrivato attraverso il Passo dei Mandrioli fino a Bagno di Romagna, per una sosta termale all'Hotel Sant'Agnese. Dopo il pernottamento all'albergo, venerdì 1° novembre la tappa seguente è stata Sarsina, con la visita alla cattedrale di San Vicinio, all'Ufficio Turistico della città e al Foro Romano. Scendendo ancora lungo la Valle del Savio i centauri sono stati accolti a Mercato Saraceno e da qui hanno affrontato la mitica salita del Barbotto, ben nota ai ciclisti oltreché ai motociclisti.

Festa alla casa protetta Barocci per i 102 anni di Maria Martinetti

SARSINA

Maria Martinetti è la donna più longeva tra le persone che risiedono nel Comune di Sarsina. Qualche giorno fa ha raggiunto il traguardo dei 102 anni e per l'occasione è stata organizzata per lei una festiciola nella rsa in cui vi-

ve. «Qualche giorno fa abbiamo festeggiato, alla nostra Casa Protetta Barocci, la signora Maria che ha compiuto 102 anni, la più longeva del nostro comune - ha raccontato sulla pagina Facebook del Comune di Sarsina il sindaco Enrico Cangini -. A nome di tutta la nostra co-



La festa per i 102 anni di Maria Martinetti

munità abbiamo fatto i migliori auguri a Maria per lo straordinario traguardo raggiunto alla presenza del figlio e del nipote». «È una gioia - si legge ancora - festeggiare questi momenti che rappresentano un esempio di vita, segnata dai valori della famiglia e della mitezza. È anche un attestato a tutti gli operatori che lavorano con amorevolezza e perizia nella casa protetta Barocci. Che sia di buon auspicio per tutti noi».

Giornalisti, blogger e influencer arrivati anche da fuori regione alla scoperta della Romagna autentica e della Vallata del Savio

Giovedì 7 Novembre 2024



Da fuori regione per scoprire i Percorsi del Savio. Giornalisti, blogger e influencer per due fine settimana si sono dedicati alle bellezze paesaggistiche e territoriali della Romagna interna, collinare e montana approdando in ben otto vallate: del Rubicone, Savio, Bidente, Rabbi, Montone, Tramazzo, Lamone e Senio. L'iniziativa di promozione è stata organizzata da Visit Romagna e dal GAL L'Altra Romagna, nell'ambito del progetto di marketing territoriale Romagna Autentica.

Il primo dei due tour si è tenuto dal 24 al 27 ottobre, con l'obiettivo di concentrare l'attenzione sull'importante aspetto enogastronomico della nostra zona, ricca di eccellenze sia in merito alla ristorazione che alla qualità e produzione delle materie prime. Cinque i giornalisti coinvolti lungo le rotte più golose, per quattro importanti testate del settore: "Identità Golose", "Degusta", "Gustiamo", più il food blog "Taste of Freedom". Quattro le giornate alla ricerca di sapori e squisitezze del territorio. Venerdì 25 ottobre nella Valle del Savio il gruppo di visitatori ha fatto tappa alla Tenuta Casali di Mercato Saraceno, Città del Vino, per una degustazione di eccellenti vini del territorio ottenuti da vitigni quali Albana, Sangiovese e l'autoctono Famoso. Dopo una veloce visita al centro storico di

Sarsina, patria di Plauto e di San Vicinio, il gruppo ha potuto gustare un pranzo d'alto livello al ristorante stellato Da Gorini a San Piero in Bagno.

Il secondo press tour è stato dedicato alle motociclette: due influencer in sella, insieme alle guide, hanno visitato, tra il 29 ottobre e il 1° novembre, i luoghi d'eccellenza, i panorami, le curiosità, i passi e le strade più suggestive del territorio. A loro è stato affidato il compito di raccontare le bellezze del nostro territorio, conosciuto in sella, sui propri social.

Un simile programma non poteva certo prescindere dalla Valle del Savio. Infatti, giovedì 31 ottobre, dopo una visita a Idro Ecomuseo delle Acque di Ridracoli, già nel territorio di Bagno di Romagna, e un giro dalla Campigna al Passo della Calla, il gruppo è arrivato attraverso il Passo dei Mandrioli fino a Bagno di Romagna, per una rilassante sosta termale all'Hotel Sant'Agnese, rinomata SPA con acque dalle proprietà curative note fin dai tempi dell'antica Roma. Dopo il pernottamento all'albergo, venerdì 1° novembre la tappa seguente è stata Sarsina, con la visita alla cattedrale di San Vicinio, all'Ufficio Turistico della città e al Foro Romano. Scendendo ancora lungo la Valle del Savio i centauri sono stati accolti a Mercato Saraceno e da qui hanno affrontato l'irrinunciabile, mitica salita del Barbotto, ben nota ai ciclisti oltreiché ai motociclisti, e durissima tappa, fra le altre, anche del Tour de France 2024.



VIDEO DEL GIORNO

Regionali, c'è anche Federico Serra: "Pace, ambiente e lavoro le priorità contro il partito della cementificazione"

CRONACA

Giornalisti, blogger e influencer alla scoperta della 'Romagna autentica' e della Vallata del Savio

L'iniziativa di promozione è stata organizzata da Visit Romagna e dal Gal L'Altra Romagna, nell'ambito del progetto di marketing territoriale Romagna Autentica



Redazione

07 novembre 2024 11:04

[Attiva la lettura vocale](#)

Da fuori regione per scoprire i Percorsi del Savio. Giornalisti, blogger e influencer per due fine settimana si sono dedicati alle bellezze paesaggistiche e territoriali della Romagna interna, collinare e montana approdando in ben otto vallate: del Rubicone,

Savio, Bidente, Rabbi, Montone, Tramazzo, Lamone e Senio. L'iniziativa di promozione è stata organizzata da Visit Romagna e dal Gal L'Altra Romagna, nell'ambito del progetto di marketing territoriale Romagna Autentica.

Il primo dei due tour si è tenuto dal 24 al 27 ottobre, con l'obiettivo di concentrare l'attenzione sull'importante aspetto enogastronomico della nostra zona, ricca di eccellenze sia in merito alla ristorazione che alla qualità e produzione delle materie prime. Cinque i giornalisti coinvolti lungo le rotte più golose, per quattro importanti testate del settore: "Identità Golose", "Degusta", "Gustiamo", più il food blog "Taste of Freedom". Quattro le giornate alla ricerca di sapori e squisitezze del territorio. Venerdì 25 ottobre nella Valle del Savio il gruppo di visitatori ha fatto tappa alla Tenuta Casali di Mercato Saraceno, Città del Vino, per una degustazione di eccellenti vini del territorio ottenuti da vitigni quali Albana, Sangiovese e l'autoctono Famoso. Dopo una veloce visita al centro storico di Sarsina, patria di Plauto e di San Vicinio, il gruppo ha potuto gustare un pranzo d'alto livello al ristorante stellato Da Gorini a San Piero in Bagno.

Il secondo press tour è stato dedicato alle motociclette: due influencer in sella, insieme alle guide, hanno visitato, tra il 29 ottobre e il 1° novembre, i luoghi d'eccellenza, i panorami, le curiosità, i passi e le strade più suggestive del territorio. A loro è stato affidato il compito di raccontare le bellezze del nostro territorio, conosciuto in sella, sui propri social.

Un simile programma non poteva certo prescindere dalla Valle del Savio. Infatti, giovedì 31 ottobre, dopo una visita a Idro Ecomuseo delle Acque di Ridracoli, già nel territorio di Bagno di Romagna, e un giro dalla Campigna al Passo della Calla, il gruppo è arrivato attraverso il Passo dei Mandrioli fino a Bagno di Romagna, per una rilassante sosta termale all'Hotel Sant'Agnese, rinomata SPA con acque dalle proprietà curative note fin dai tempi dell'antica Roma. Dopo il pernottamento all'albergo, venerdì 1° novembre la tappa seguente è stata Sarsina, con la visita alla cattedrale di San Vicinio, all'Ufficio Turistico della città e al Foro Romano. Scendendo ancora lungo la Valle del Savio i centauri sono stati accolti a Mercato Saraceno e da qui hanno affrontato l'irrinunciabile, mitica salita del Barbotto, ben nota ai ciclisti oltreiché ai motociclisti, e durissima tappa, fra le altre, anche del Tour de France 2024.

© Riproduzione riservata

Rassegna web Romagna Autentica Press Tour ottobre-novembre 2024

<https://www.ravennawebtv.it/alla-scoperta-dei-sapori-nella-romagna-autentica/>

<https://www.cesenatoday.it/cronaca/full-immersion-nella-romagna-autentica-il-press-tour-e-partito-dalla-valle-del-rubicone.html>

<https://sestopotere.com/turismo-e-natura-influencer-delle-due-ruote-in-viaggio-lungo-le-vallate-del-faentino-del-forlivese-e-del-cesenate/>

<https://www.forlitolitoday.it/social/influencer-motociclisti-viaggio-romagna.html>

<https://www.cesenanotizie.net/cultura-spettacolo/2024/10/31/influencer-in-viaggio-tra-le-valli-romagnole-quattro-giorni-di-avventure-su-due-ruote/>

<https://www.corriereromagna.it/cesena/blogger-e-influencer-alla-scoperta-di-valle-del-savio-ridracoli-e-campigna-gallery-FM1068236>

<https://www.cesenatoday.it/cronaca/giornalisti-blogger-e-influencer-alla-scoperta-della-romagna-autentica-e-della-vallata-del-savio.html>

<https://www.cesenanotizie.net/cultura-spettacolo/2024/11/07/giornalisti-blogger-e-influencer-arrivati-anche-da-fuori-regione-alla-scoperta-della-romagna-autentica-e-della-vallata-del-savio/>